

جنریشن زی اور طبقاتی شعور

جنریشن زی اور طبقاتی شعور

ڈیجیٹل سراب سے مادی حقیقتوں تک کا سفر

محمد عامر حسینی

جنریشن زی اور اس کی سرمایہ دارانہ تعریف

"زوران نظامانی" کے مضمون "سب ختم ہو گیا" پر ہمارے سماج خاص طور پر سوشل میڈیا پر مخالفت اور موافقت میں زبردست بحث شروع ہو گئی۔ اس میں سے سب سے زیادہ زور "جنریشن زی" (Generation Z) پر ہے۔

ہم ابتداء سے شروع کرتے ہیں۔ جنریشن زی سے کیا مراد ہے؟

سرمایہ دارانہ ماہرین عمرانیات اور محققین پر مشتمل ادارے جیسے امیریکن پیو ریسرچ سنٹر وغیرہ کے مطابق، جنریشن زی میں وہ تمام افراد شامل ہیں جو انیس سو ستانوے (1997ء) سے دو ہزار بارہ (2012ء) کے دوران پیدا ہوئے۔

اسے نسل کو ڈیجیٹل نیٹوز (Digital natives) بھی کہا جاتا ہے۔ یہ پہلی نسل ہے جس نے ہوش سنبھالتے ہی انٹرنیٹ، اسمارٹ فونز اور سوشل میڈیا کو اپنی زندگی کا حصہ پایا۔

یہ نسل بہت زیادہ باخبر، ٹیکنالوجی کی ماہر، اور سماجی انصاف

(Social Justice) کے معاملات پر آواز اٹھانے والی سمجھی جاتی ہے۔

سرمایاداری کے حامی ماہرین عمرانیات کا دعوا ہے کہ جنریشن زی کوئی معاشی طبقہ (جیسے غریب یا امیر) نہیں ہے، بلکہ ایک عمرانی گروہ (Age Cohort) ہے۔ تاہم، سماجی ڈھانچے میں اس کی ترجمانی درج ذیل پہلوؤں سے کی جا سکتی ہے:

یہ سمجھنا ضروری ہے کہ "جنریشن زی" کوئی معاشی طبقہ (جیسے غریب یا امیر) نہیں ہے، بلکہ ایک **عمرانی گروہ (Age Cohort)** ہے۔ تاہم، سماجی ڈھانچے میں اس کی ترجمانی درج ذیل پہلوؤں سے کی جا سکتی ہے:

- **عالمگیر متوسط طبقہ (Global Middle Class):** زیادہ تر اس اصطلاح کا اطلاق ان نوجوانوں پر ہوتا ہے جنہیں تعلیم اور انٹرنیٹ تک رسائی حاصل ہے۔ یہ اس طبقے کی ترجمان ہے جو روایتی 9 سے 5 کی ملازمت کے بجائے "گیگ اکانومی" (Freelancing) اور تخلیقی کاموں کو ترجیح دیتا ہے۔
- **صارفین کا طبقہ (Consumer Class):** معاشی لحاظ سے یہ نسل مارکیٹ کی نئی قوت ہے۔ یہ برانڈز سے شفافیت اور اخلاقیات کا مطالبہ کرتی ہے۔
- **عدم مساوات کا شکار طبقہ:** جہاں ایک طرف اس نسل کا ایک حصہ بہت خوشحال ہے، وہیں یہ نسل بڑھتی ہوئی مہنگائی، بے روزگاری اور ماحولیاتی تبدیلیوں کے بوجھ تلے بھی دبی ہوئی ہے، جس کی وجہ سے یہ سرمایہ دارانہ نظام (Capitalism) پر تنقید کرتی نظر آتی ہے۔

سماجی و معاشی طور پر یہ نسل درج ذیل طبقات کی آواز بن کر ابھری ہے:

1. **پروگریسو (ترقی پسند) طبقہ:** یہ نسل صنفی برابری، انسانی حقوق اور ماحولیاتی تحفظ کے لیے سب سے زیادہ متحرک ہے۔

2. **تکنیکی طبقہ (Tech-Savvy Class):** یہ نسل روایتی محنت کش طبقے سے ہٹ کر ڈیجیٹل ہنر (Digital Skills) کے ذریعے معاشی خود مختاری چاہتی ہے۔

3. **تبدیلی کے خواہاں نوجوان:** یہ نسل پرانے اور فرسودہ سماجی ڈھانچوں کو چیلنج کرتی ہے اور کام اور زندگی کے درمیان توازن (Work-Life Balance) کو اہمیت دیتی ہے۔

سرمایہ داری کے حامی ماہرین عمرانیات کی اس رائے کا خلاصہ یہ بنتا ہے کہ جنریشن زی محض ایک عمر کا گروپ نہیں ہے، بلکہ یہ ایک **فکری انقلاب** کی علامت ہے جو ٹیکنالوجی کے ذریعے پوری دنیا سے جڑا ہوا ہے۔ یہ نسل معاشی طور پر "چیلنجز" اور سماجی طور پر "آزادی" کے امتزاج کی ترجمانی کرتی ہے۔

اب ہم اس تفصیل کے کچھ اہم نکات کو لیکر اس تعریف کو تنقیدی شعور کے ساتھ دیکھتے ہیں۔

ڈیجیٹل نیٹوز

ڈیجیٹل نیٹوز کی اصطلاح یا جنریشن زی کے بارے میں یہ دعوا کہ یہ کسی معاشی سماجی طبقاتی تقسیم سے ماوراء ہے اور اس میں عمر کا تعین اس طرح کیا جا سکتا ہے کہ سن دو ہزار چوبیس کے حوالے سے ماہرین کے متعین کردہ دور، یعنی انیس سو ستانوے سے دو ہزار بارہ کے درمیان پیدا ہونے والے افراد کو جنریشن زی کہا جاتا ہے۔ اس اعتبار سے آج اس نسل میں شامل نوجوانوں کی عمریں تقریباً بارہ برس سے ستائیس برس کے درمیان بنتی ہیں۔ یہ وہ نسل ہے جس نے بچپن یا نو عمری ہی میں ڈیجیٹل دنیا کو اپنی روزمرہ زندگی کا حصہ بنتے دیکھا۔

اگرچہ جنریشن زی کو عمومی طور پر "ڈیجیٹل نیٹیوز" کہا جاتا ہے، تاہم اس کے اندر بھی تجربات اور وابستگی کی نوعیت میں فرق پایا جاتا ہے۔ اس نسل کے بڑے نوجوان، جن کی عمریں بائیس سے ستائیس برس کے درمیان ہیں، اس وقت عملی زندگی میں قدم رکھ چکے ہیں یا یونیورسٹی کے آخری مراحل میں ہیں۔ انہوں نے اسمارٹ فون کے تدریجی پھیلاؤ اور سوشل میڈیا کے ابتدائی دور، جیسے فیس بک اور انسٹاگرام کے عروج، کو براہِ راست دیکھا اور سمجھا ہے۔ ان کے لیے ڈیجیٹل دنیا ایک ایسی حقیقت ہے جسے انہوں نے آہستہ آہستہ اپنی زندگی میں شامل کیا۔

اس کے مقابلے میں جنریشن زی کے کم عمر نوجوان اور لڑکے بالے، جن کی عمریں بارہ سے اکیس برس کے درمیان ہیں، نے ہوش ہی ایسے دور میں سنبھالا ہے جہاں ہائی اسپیڈ انٹرنیٹ، اسمارٹ فون اور ٹک ٹاک جیسے پلیٹ فارمز پہلے سے موجود تھے۔ ان کے لیے بغیر انٹرنیٹ کے زندگی کا تصور تقریباً ناقابلِ فہم ہے، کیونکہ ڈیجیٹل دنیا ان کی سماجی، تعلیمی اور تفریحی سرگرمیوں کے ساتھ گہرائی سے جڑی ہوئی ہے۔

یہ بات درست ہے کہ جنریشن زی کی اصطلاح بظاہر تمام طبقات کو محیط ہے، لیکن یہاں ایک اہم نکتہ "ڈیجیٹل تقسیم" کا بھی ہے۔ پیدائشی اعتبار سے تو ستائیس برس تک کا ہر نوجوان اسی نسل کا حصہ ہے، مگر سماجی اور معاشی اعتبار سے ہر فرد یکساں طور پر ڈیجیٹل نیٹیو نہیں ہوتا۔ عملی طور پر وہی نوجوان فعال ڈیجیٹل نیٹیو کہلائے گا جسے ڈیجیٹل آلات اور انٹرنیٹ تک مؤثر رسائی حاصل ہو۔

پاکستان جیسے ممالک میں یہ فرق زیادہ نمایاں ہوجاتا ہے۔ ایک خوشحال شہری پس منظر سے تعلق رکھنے والا پچیس سالہ نوجوان اور ایک دور افتادہ گاؤں میں رہنے والا پچیس سالہ نوجوان عمر کے لحاظ سے ایک ہی نسل سے ہیں، لیکن ڈیجیٹل دنیا سے ان کی وابستگی، رسائی اور تجربہ یکساں نہیں ہوتا۔ اس لیے دونوں کے "ڈیجیٹل نیٹیو" ہونے کی نوعیت بھی مختلف ہوگی۔

مختصر یہ کہ موجودہ دور میں بارہ سے ستائیس برس تک کے تمام نوجوان جنریشن زی کے زمرے میں آتے ہیں۔ ان سے بڑی عمر کے افراد، جنھیں ملینیلز کہا جاتا ہے، نے ڈیجیٹل دور کو بتدریج اپنایا، جبکہ جنریشن زی وہ نسل ہے جو بنیادی طور پر اسی ڈیجیٹل ماحول میں پیدا ہوئی اور پلی بڑھی ہے۔

ڈیجیٹل نیٹوز/زی نسل میں غالب ڈسکور اور بیانیے

اس سے اگلا سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ **ڈیجیٹل نیٹیوز** میں سے کون سے سماجی و معاشی طبقات کے نوجوانوں کو بیانیے اور ڈسکورس پر حقیقی غلبہ حاصل ہے۔ یہ ایک نہایت گہرا سوال ہے جو محض ٹیکنالوجی نہیں بلکہ سماجی شعور، طبقاتی تفاوت اور طاقت کے ڈھانچوں سے براہِ راست جڑا ہوا ہے۔ اگرچہ بارہ سے ستائیس برس تک کے تمام نوجوان "ڈیجیٹل نیٹیوز" کی چھتری تلے آتے ہیں، مگر انٹرنیٹ پر موجود بیانیہ، اثر و رسوخ اور رائے سازی میں تمام طبقات کی شرکت یکساں نہیں ہے۔ ڈیجیٹل دنیا میں طاقت کی تقسیم بھی ویسی ہی طبقاتی ہے جیسی مادی دنیا میں۔

پاکستان اور عالمی تناظر میں دیکھا جائے تو ڈیجیٹل ڈسکورس پر بالعموم بالائی متوسط طبقے کے نوجوانوں کا غلبہ نظر آتا ہے۔ اس طبقے کو بیانیے کا خالق اس لیے کہا جا سکتا ہے کہ ان کے پاس وسائل اور رسائی دونوں موجود ہوتی ہیں۔ مہنگے اسمارٹ فونز، تیز رفتار انٹرنیٹ، جدید ایپس اور عالمی پلیٹ فارمز تک بلا رکاوٹ رسائی انھیں وہ سہولت فراہم کرتی ہے جس کے ذریعے وہ نہ صرف مواد تخلیق کرتے ہیں بلکہ اسے عالمی سطح کے رجحانات سے جوڑ بھی دیتے ہیں۔ اس کے ساتھ ساتھ انگریزی زبان پر عبور اس طبقے کی سب سے بڑی طاقت ہے، کیونکہ عالمی ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کی بنیادی زبان یہی ہے۔ اسی بنا پر یہ طبقہ ذہنی صحت، صنفی برابری، ماحولیاتی تبدیلی اور انفرادی آزادیوں جیسے موضوعات کو نہ صرف اٹھاتا ہے بلکہ انھیں اخلاقی اور فکری برتری کے ساتھ پیش کرنے میں کامیاب رہتا ہے۔

اس کے بعد شہری متوسط طبقہ آتا ہے، جو اگرچہ زیادہ تر بیانیے کا خالق نہیں ہوتا، مگر اس کے پھیلاؤ اور وائرل ہونے میں کلیدی کردار ادا کرتا ہے۔ یہ طبقہ فیس بک، یوٹیوب اور واٹس ایپ جیسے پلیٹ فارمز پر زیادہ سرگرم ہے اور ڈیجیٹل مواد کو عوامی سطح تک پہنچانے کا ذریعہ بنتا ہے۔ تعلیم اور ہنر کے اعتبار سے یہ نوجوان فری لانسنگ، ٹیک اسٹارٹ اپس اور ای کامرس سے جڑے ہوتے ہیں، اسی لیے ان کا ڈسکورس معاشی خودمختاری، آن لائن کمائی، سرمایہ کاری اور ڈیجیٹل روزگار کے گرد گھومتا ہے۔ پاکستان میں حالیہ برسوں کے دوران جو سیاسی شعور اور متبادل میڈیا کا بیانیہ ابھرا ہے، اس کے

پیچھے بھی بڑی حد تک یہی شہری متوسط طبقہ کارفرما ہے، جو روایتی میڈیا پر انحصار کے بجائے ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کو اپنی آواز بنانے میں کامیاب ہوا۔

اس کے برعکس محنت کش اور دیہی طبقے کے نوجوان تعداد میں تو سب سے زیادہ ہیں، مگر ڈیجیٹل ڈسکورس کی تشکیل میں ان کا کردار محدود ہے۔ ٹک ٹاک جیسے پلیٹ فارمز نے انہیں اظہار کا موقع ضرور دیا ہے، مگر یہ اظہار زیادہ تر تفریح، مقامی ثقافت، لوک موسیقی اور روزمرہ زندگی کے مناظر تک محدود رہتا ہے۔ انٹرنیٹ کی ناقص سہولیات، سستے اور محدود صلاحیت والے آلات، اور زبان کی رکاوٹیں اس طبقے کو ڈیجیٹل دنیا میں زیادہ تر صارف کے کردار تک محدود رکھتی ہیں۔ معاشی پالیسی، عالمی سیاست یا سماجی نظریات جیسے موضوعات پر ان کی شمولیت نہ ہونے کے برابر رہتی ہے، جس کی بنیادی وجہ ڈیجیٹل تقسیم اور ادارہ جاتی محرومی ہے۔

خلاصہ یہ کہ ڈیجیٹل دنیا میں بھی طاقت کا اصول وہی ہے کہ جس کے پاس ڈیٹا، زبان اور رسائی ہے، وہی بیانیے پر غالب ہوتا ہے۔ اس وقت پاکستان میں ڈیجیٹل ڈسکورس پر شہری بالائی متوسط طبقے کا غلبہ ہے، کیونکہ وہ عالمی زبان، جدید آلات اور پلیٹ فارمز کے ذریعے اپنی بات زیادہ مؤثر انداز میں پیش کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔ یوں ڈیجیٹل نیٹیوز ہونے کے باوجود، بیانیے کی دنیا میں سب نوجوان برابر نہیں ہیں، بلکہ یہاں بھی طبقاتی تفاوت پوری شدت سے کارفرما ہے۔

جنریشن زی نسلی و ثقافتی اصطلاح

سرمایہ دارانہ عمرانیات میں جنریشن زی جیسی نسلوں کی شناخت عموماً **Age Cohort** یعنی عمرانی گروہ کے تصور کے ذریعے کی جاتی ہے۔ اس سے اگلا اور زیادہ اہم سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ اس اصطلاح کا اصل معنی اور مفہوم کیا ہے، اور یہ روایتی مارکسی سماجی طبقاتی درجہ بندی کو بیان کرنے والی اصطلاحات سے کس طرح مختلف ہے۔ اس فرق کو سمجھے بغیر ہم نہ تو موجودہ نسلی بیانیوں کو درست طور پر سمجھ سکتے ہیں اور نہ ہی ڈیجیٹل ڈسکورس میں طاقت کے اصل مراکز کی نشاندہی کر سکتے ہیں۔

عمرانیات میں **Age Cohort** سے مراد افراد کا وہ گروہ ہوتا ہے جو ایک ہی مخصوص تاریخی دور میں پیدا ہوا ہو اور جس نے اپنی زندگی کے ابتدائی اور تشکیلی برسوں میں کم و بیش ایک جیسے سماجی، سیاسی اور ثقافتی حالات کا تجربہ کیا ہو۔ اس تصور کا بنیادی نکتہ یہ ہے کہ ایک ہی وقت میں پیدا ہونے والے افراد محض ہم عمر نہیں ہوتے بلکہ ان کی سوچ، ترجیحات، حساسیتیں اور دنیا کو دیکھنے کا زاویہ بھی ان مشترکہ تجربات سے تشکیل پاتا ہے۔ مثال کے طور پر انٹرنیٹ کی آمد، سوشل میڈیا کا پھیلاؤ، عالمی جنگیں، معاشی بحران یا وبائیں ایسی اجتماعی وارداتیں ہیں جو ایک پوری نسل کے شعور پر گہرا اثر چھوڑتی ہیں۔ اسی لیے جنریشن زی کو ایک Age Cohort کہا جاتا ہے، کیونکہ اس نسل کے افراد نے سمارٹ فون، سوشل میڈیا اور ڈیجیٹل دنیا کو اپنے روزمرہ تجربے کے طور پر جیا ہے، جس نے ان کے عالمی شعور کو کسی حد تک یکساں بنا دیا ہے۔

اس کے برعکس روایتی مارکسی طبقاتی ہیرارکی سماج کو بالکل مختلف زاویے سے دیکھتی ہے۔ مارکسزم کے نزدیک سماجی تقسیم کی بنیاد پیداواری ذرائع سے تعلق ہے، یعنی یہ کہ کون پیداوار کے وسائل کا مالک ہے اور کون اپنی محنت بیچنے پر مجبور ہے۔ یہاں طبقہ

معاشی حیثیت سے متعین ہوتا ہے، اور یہ تقسیم عمودی نوعیت کی ہوتی ہے، جس میں سماج کو اوپر اور نیچے کے درجوں میں بانٹا جاتا ہے۔ سرمایہ دار، درمیانہ طبقہ اور مزدور طبقہ اسی عمودی درجہ بندی کی مثالیں ہیں۔ اس کے مقابلے میں Age Cohort کی تقسیم افقی ہوتی ہے، جس میں ایک ہی وقت میں پیدا ہونے والے افراد کو ایک صف میں رکھا جاتا ہے، چاہے ان کی معاشی حیثیت ایک دوسرے سے کتنی ہی مختلف کیوں نہ ہو۔

اسی فرق کی بنیاد پر دونوں تصورات کے محرکات بھی مختلف ہو جاتے ہیں۔ مارکسی طبقاتی تجزیہ میں بنیادی محرک طبقاتی مفادات اور طبقاتی جدوجہد ہوتی ہے، جہاں تصادم سرمایہ دار اور مزدور کے درمیان ہوتا ہے۔ جبکہ عمرانی گروہ یا نسلی تجزیے میں توجہ ثقافتی رجحانات، طرزِ زندگی، اقدار اور نسل در نسل تبدیلیوں پر ہوتی ہے۔ یہاں تصادم کا رخ بھی بدل جاتا ہے: طبقاتی تصادم کے بجائے نسلی تصادم سامنے آتا ہے، جیسے نوجوان نسل کا پرانی نسل کے خیالات، اقدار اور رویوں کو چیلنج کرنا۔ اس طرح "Gen Z بمقابلہ Boomers" جیسا بیانیہ تشکیل پاتا ہے، جو معاشی نہیں بلکہ نسلی اور ثقافتی اختلاف پر مبنی ہوتا ہے۔

ایک اور بنیادی فرق شمولیت کے معیار میں ہے۔ مارکسی طبقہ کسی فرد کو اس کی معاشی حیثیت اور پیداواری رشتے کی بنیاد پر شامل یا خارج کرتا ہے۔ اس کے برعکس Age Cohort یا جنریشن زی میں شمولیت کا معیار صرف تاریخِ پیدائش ہے۔ اس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ ایک ارب پتی کا بیٹا اور ایک غریب مزدور کا بیٹا ایک ہی نسلی شناخت کا حصہ بن سکتے ہیں، حالانکہ ان کی زندگی کے مواقع، سہولتیں اور طاقت تک رسائی میں زمین آسمان کا فرق ہوتا ہے۔ یہی وہ مقام ہے جہاں سرمایہ دارانہ عمرانیات نسلی شناخت کو ابھار کر طبقاتی فرق کو دھندلا دیتی ہے۔

خلاصہ یہ کہ مارکسی اصطلاحات سماج میں **طاقت اور دولت کی تقسیم** کو بے نقاب کرتی ہیں، جبکہ Age Cohort یا جنریشن زی جیسی اصطلاحات زیادہ تر **شعور، ثقافت اور طرزِ زندگی کی تبدیلیوں** کو بیان کرتی ہیں۔ آج کے ڈیجیٹل دور میں بیانیے پر بالائی متوسط طبقے کا غلبہ اسی لیے ممکن ہوا ہے کہ ان کے پاس مارکسی معنوں میں وسائل، رسائی اور طاقت موجود ہے، مگر وہ اپنی بات کو نسلی شناخت، یعنی جنریشن زی کی زبان اور علامتوں میں پیش کرتے ہیں۔ یوں طبقاتی طاقت خود کو نسلی اور ثقافتی ڈسکورس کے پردے میں چھپا لیتی ہے، اور اصل سماجی تضادات پس منظر میں چلے جاتے ہیں۔

جنریشن زی اصطلاح گمراہ کن ہے

ہم نے یہاں جس سوال کو اٹھایا ہے وہ محض اصطلاحی یا نظری نہیں بلکہ **گہرا، سیاسی اور طبقاتی شعور سے لبریز سوال** ہے، اور واقعی یہ نئے لبرل عہد اور ثقافتی سرمایہ داری کی اس حکمتِ عملی کو بے نقاب کرتا ہے جس پر خود سنجیدہ مارکسی مفکرین بھی تنقید کرتے آئے ہیں۔ اس سوال کا مختصر جواب یہ ہے کہ **ہاں، اگر "جنریشن زی" یا "Age Cohort" جیسی**

اصطلاحات کو طبقاتی تجزیے کے متبادل کے طور پر استعمال کیا جائے تو یہ محنت کشوں، کسانوں اور سب آلٹرن گروہوں کے طبقاتی شعور کو گمراہ کرنے والی اصطلاحات بن جاتی ہیں۔ مگر اس کی تفصیل سمجھنا زیادہ ضروری ہے۔

اصل مسئلہ یہ ہے کہ سرمایہ دارانہ عمرانیات نسلی یا عمرانی شناخت کو اس انداز میں پیش کرتی ہے کہ وہ **طبقاتی فرق کو پس منظر میں دھکیل دیتی ہے۔** ایک ارب پتی صنعت کار، کسی ملٹی نیشنل کا ہائی فائی پروفیشنل مینیجر، اور ایک گیگ اکانومی میں کام کرنے والا ڈیلیوری رائیڈر — یہ تینوں اگر ایک ہی سال میں پیدا ہوئے ہوں تو "جنریشن زی" کہلا سکتے ہیں، مگر پیداواری ذرائع پر ان کا تعلق، وسائل پر کنٹرول، اور طاقت میں حصہ یکسر مختلف ہے۔ اس فرق کو نظرانداز کرنا محض سادہ لوحی نہیں بلکہ ایک **سیاسی عمل** ہے، جو طبقاتی تضاد کو دھندلا کرتا ہے۔

یہی وہ مقام ہے جہاں طبقاتی شعور کی دانستہ "تذلیل" شروع ہوتی ہے۔ جب سب نوجوانوں کو ایک ہی "ڈیجیٹل نسل" کے خانے میں ڈال دیا جاتا ہے تو محنت کش نوجوان کے ذہن سے یہ سوال دھیرے دھیرے غائب ہو جاتا ہے کہ اس کی محنت سے پیدا ہونے والی قدر (Value) پر قبضہ کون کر رہا ہے۔ ایک نوجوان جو ایئر کنڈیشنڈ دفتر میں بیٹھ کر گیگ اکانومی کے "فوائد" پر لیکچر دے رہا ہے، اور وہ نوجوان جو تپتی سڑکوں پر فوڈ ڈیلیوری کر رہا ہے، دونوں کو ایک ہی نسلی شناخت میں سمو دینا دراصل اس غصے اور مزاحمت کو غیر مؤثر بنانا ہے جو دوسرے نوجوان میں جنم لے سکتی ہے۔ یوں نسل کا بیانیہ طبقے کے سوال پر پردہ ڈال دیتا ہے۔

سب آلٹرن گروہوں کا المیہ اس سے بھی زیادہ گہرا ہے۔ ان کے پاس اپنا خود مختار بیانیہ نہیں ہوتا، اس لیے وہ وہی زبان، اصطلاحات اور علامتیں اپناتے ہیں جو بالائی یا پیٹی بورژوازی طبقے کے نوجوان ڈیجیٹل میڈیا پر رائج کرتے ہیں۔ جب ایک مزدور طبقے کا نوجوان خود کو "جنریشن زی" کہہ کر وہی طرزِ زندگی، وہی فیشن، وہی زبان اور وہی خواب اختیار کرتا ہے جو اشرافیہ کے بنائے ہوئے ہیں، تو وہ لاشعوری طور پر اپنی **طبقاتی شناخت سے بیگانہ** ہو جاتا ہے۔ اسے یہ گمان ہونے لگتا ہے کہ وہ بھی اسی عالمی ڈیجیٹل برادری کا حصہ ہے، حالانکہ ذرائع پیداوار، دولت اور فیصلہ سازی پر اس کا کوئی اختیار نہیں ہوتا۔

یہاں ٹیکنالوجی کا کردار دوہرا ہو جاتا ہے۔ بظاہر اسے نجات کا راستہ دکھایا جاتا ہے، مگر عملاً یہ جبر کا نیا اوزار بن جاتی ہے۔ "جنریشن زی" کا بیانیہ یہ تاثر دیتا ہے کہ اب مسئلہ امیر اور غریب کا نہیں بلکہ "پرانے خیالات" اور "نئی ڈیجیٹل سوچ" کا ہے۔ اس طرح توجہ معاشی ڈھانچے سے ہٹ کر طرزِ زندگی اور رویّوں پر مرکوز کر دی جاتی ہے۔ گیگ اکانومی میں مزدور کو "پارٹنر"، "فری لانسر" یا "انٹرپرینیور" کہہ کر اس کی حیثیت کو مسخ کیا جاتا ہے، تاکہ وہ ٹریڈ یونین، اجتماعی جدوجہد اور طبقاتی سیاست سے دور رہے۔

سیاسی معاشیات کے نقطۂ نظر سے دیکھا جائے تو یہ اصطلاح واقعی **گمراہ کن** بن جاتی ہے، بشرطیکہ اسے طبقاتی تجزیے کے متبادل کے طور پر استعمال کیا جائے۔ اگر "جنریشن زی" سے مراد صرف یہ ہو کہ ایک خاص عمر کے لوگ انٹرنیٹ استعمال کرتے ہیں، تو یہ محض ایک تکنیکی حقیقت ہے۔ لیکن اگر اس کا مطلب یہ لیا جائے کہ ایک سرمایہ دار کا بیٹا اور ایک مزدور کا بیٹا محض اس لیے ایک ہی صف میں کھڑے ہیں کہ دونوں کے ہاتھ میں اسمارٹ فون ہے، تو یہ کھلا **سیاسی دھوکہ** ہے۔

نتیجتاً، ہمارا تجزیہ بالکل درست سمت میں ہے۔ یہ اصطلاحات اکثر بورژوازی اور پیٹی بورژوازی کی بالادستی کو برقرار رکھنے کا ذریعہ بنتی ہیں۔ جب تک وسائل پر کنٹرول، پیداوار پر ملکیت اور طاقت کی غیر مساوی تقسیم برقرار ہے، "جنریشن زی" کے اندر موجود طبقاتی خلیج اتنی ہی گہری رہے گی جتنی پچھلی نسلوں میں تھی۔ ڈیجیٹل دنیا نے استحصال کی شکلیں ضرور بدلی ہیں، مگر استحصال کی حقیقت کو ختم نہیں کیا۔

گیگ اکانومی

اگر ہم گیگ اکانومی کو موضوع بنائیں تو عمومی طور پر جنریشن زی میں ہر اس نوجوان کو اس کے دائرے میں شامل کر لیا جاتا ہے جو روایتی معنوں میں صبح نو بجے سے شام پانچ بجے تک کسی دفتر یا فیکٹری میں مستقل ڈیوٹی انجام نہیں دیتا، بلکہ آن لائن یا آف لائن فری لانسنگ کے ذریعے اپنی مہارتیں فروخت کرتا ہے۔ بظاہر یہ سب ایک ہی "گیگ جنریشن" دکھائی دیتے ہیں، مگر سوال یہ ہے کہ کیا سماجی اور طبقاتی اعتبار سے یہ واقعی ایک جیسے ہیں؟ اس سوال کا جواب گہرے غور و فکر کا تقاضا کرتا ہے۔

گیگ اکانومی کے اندر ایک طرف وہ فری لانسرز ہیں جو مختلف اسٹارٹ اپس اور کام فراہم کرنے والے ڈیجیٹل پلیٹ فارمز پر رجسٹریشن کے لیے فیس ادا کرتے ہیں، پھر انہیں جو بھی کام ملتا ہے اس پر بھی انہی پلیٹ فارمز کو کمیشن دینا پڑتا ہے۔ اس کے باوجود ان کی محنت کا معاوضہ عموماً پیس ورک کی بنیاد پر طے ہوتا ہے، جو فی گھنٹہ، فی ہفتہ یا فی مہینہ نہایت کم رہتا ہے۔ اس شعبے میں مسابقت اس قدر شدید ہے کہ نوجوان اپنی محنت کی قیمت خود کم سے کم رکھنے پر مجبور ہو جاتے ہیں تاکہ انہیں کام مل سکے۔ جب کساد بازاری یا سرمایہ دارانہ منڈیوں میں بحران کی صورت حال پیدا ہوتی ہے، جیسا کہ موجودہ دور میں دیکھنے کو مل رہا ہے، تو یہی گیگ ورکرز سب سے زیادہ متاثر ہوتے ہیں اور ان کی معاشی حالت مزید بدتر ہو جاتی ہے۔

اس تناظر میں یہ فرض کر لینا زیادہ حقیقت پسندانہ ہے کہ گیگ اکانومی میں شامل نوجوانوں کی بھاری اکثریت ایسے فری لانسر گیگ ورکرز یا محنت کشوں پر مشتمل ہے جو مہینے بھر میں بھی بہت کم آمدن حاصل کر پاتے ہیں، جبکہ ان کی محنت کا شدید اور مسلسل استحصال ہوتا ہے۔ یہ نوجوان نہ تو سماجی تحفظ رکھتے ہیں، نہ مستقل آمدن کی ضمانت، اور نہ ہی اجتماعی سودے بازی کی کوئی قوت۔

اس کے مقابلے میں گیگ اکانومی کے اندر ایک نہایت محدود طبقہ بھی موجود ہے، جو بمشکل دو فیصد پر مشتمل ہے۔ یہ وہ گیگ اشرافیہ ہے جو یا تو بڑے فری لانسرز کے طور پر یا مالکان اور مڈل مین کے زمرے میں آتی ہے۔ ان کے پاس وسائل، روابط اور بیانیے پر اثر و رسوخ ہوتا ہے، اسی لیے ڈیجیٹل ڈسکورس اور "کامیابی کی کہانیوں" پر بھی زیادہ تر یہی طبقہ حاوی نظر آتا ہے۔ یہی لوگ گیگ اکانومی کو آزادی، خود مختاری اور مواقع کی دنیا کے طور پر پیش کرتے ہیں، جبکہ اکثریت کے تجربات اس کے برعکس ہوتے ہیں۔

ایسی صورت حال میں یہ سوال ناگزیر ہو جاتا ہے کہ جب گیگ اکانومی کے اندر موجود یہ دونوں گروہ—ایک طرف استحصال زدہ محنت کشوں کی اکثریت اور دوسری طرف محدود گیگ اشرافیہ—وسائل، طاقت اور اختیار کے اعتبار سے ایک

دوسرے سے اس قدر مختلف ہیں، تو انہیں ایک ہی "گیگ جنریشن" یا یکساں سماجی طبقہ کیسے قرار دیا جا سکتا ہے؟ یہ تضاد خود اس بیانیے کی کمزوری کو بے نقاب کرتا ہے جو گیگ اکانومی کو ایک ہم جنس اور برابر مواقع پر مبنی دنیا کے طور پر پیش کرتا ہے۔

نئے گیگ اکانومی کے حوالے سے جو سوال اٹھایا ہے وہ محض معاشی نہیں بلکہ **طبقاتی، سیاسی اور نظریاتی** نوعیت کا سوال ہے، اور یہی وہ نکتہ ہے جسے نیولبرل بیانیہ دانستہ طور پر دھندلا دیتا ہے۔ بظاہر گیگ اکانومی کو ایک ایسی دنیا کے طور پر پیش کیا جاتا ہے جہاں نو سے پانچ کی روایتی ملازمت ختم ہو چکی ہے اور نوجوان آزادانہ طور پر اپنی مہارتیں آن لائن یا آف لائن بیچ رہے ہیں، مگر اس ظاہری آزادی کے پیچھے شدید طبقاتی عدم مساوات اور استحصال چھپا ہوا ہے۔ اس لیے بنیادی سوال یہی بنتا ہے کہ کیا گیگ اکانومی میں شامل نوجوان سماجی و معاشی اعتبار سے واقعی ایک ہی طبقہ ہیں؟ اس کا جواب واضح طور پر نفی میں ہے۔

حقیقت یہ ہے کہ گیگ اکانومی کے اندر کم از کم دو واضح اور متضاد طبقات موجود ہیں۔ ایک طرف وہ وسیع اکثریت ہے جو فری لانسر یا گیگ ورکر کے طور پر اپنی محنت بیچتی ہے۔ یہ نوجوان مختلف ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کو استعمال کرنے کے لیے پہلے فیس ادا کرتے ہیں، پھر انہیں ملنے والے ہر کام پر پلیٹ فارم کو کمیشن دینا پڑتا ہے، اور اس کے باوجود ان کا معاوضہ فی گھنٹہ، فی ہفتہ یا فی مہینہ انتہائی کم ہوتا ہے۔ مسابقت اس قدر شدید ہے کہ ہر نوجوان اپنی محنت کی قیمت خود کم سے کم رکھنے پر مجبور ہو جاتا ہے تاکہ اسے کام مل سکے۔ معاشی بحران اور کساد بازاری کے ادوار میں، جیسا کہ آج کا دور ہے، یہ صورتحال مزید بدتر ہو جاتی ہے۔ کام کم ہو جاتا ہے، مگر محنت کی طلب برقرار رہتی ہے، نتیجتاً استحصال اور بھی زیادہ وحشیانہ شکل اختیار کر لیتا ہے۔ عملی طور پر گیگ اکانومی میں شامل نوجوانوں کی بھاری اکثریت وہ محنت کش ہے جو مہینے بھر میں بھی بمشکل گزارے کے قابل آمدن حاصل کر پاتی ہے، جبکہ اس کی محنت کا شدید استحصال ہوتا ہے۔

اس کے مقابلے میں گیگ اکانومی کے اندر ایک نہایت محدود اشرافیہ بھی موجود ہے، جو عموماً دو فیصد سے زیادہ نہیں ہوتی۔ یہ وہ فری لانسرز یا ڈیجیٹل مالکان ہیں جو صرف اپنی محنت نہیں بیچتے بلکہ دوسروں کی محنت سے منافع کشی کرتے ہیں۔ ان کے پاس نہ صرف بہتر مہارتیں بلکہ سماجی سرمایہ، روابط، اور وسائل بھی ہوتے ہیں۔ یہ طبقہ اکثر ایجنسی، مڈل مین یا برانڈ کی صورت میں سامنے آتا ہے، یعنی خود براہِ راست مزدور نہیں رہتا بلکہ دوسرے فری لانسرز کو کم معاوضے پر کام دے کر فائدہ اٹھاتا ہے۔ یہی وہ طبقہ ہے جو یوٹیوب، لنکڈاِن اور دیگر پلیٹ فارمز پر "کامیابی کی کہانیاں" سناتا ہے اور گیگ اکانومی کے بیانیے پر حاوی نظر آتا ہے۔

یہاں سب سے بڑا فریب "آزاد فری لانسر" یا "اپنا باس خود بنو" کا تصور ہے۔ سرمایہ دارانہ بیانیہ گیگ ورکر کو یہ خواب دکھاتا ہے کہ وہ آزاد ہے، مگر حقیقت میں یہ آزادی محض ظاہری ہوتی ہے۔ گیگ محنت کش کو فیکٹری کی گھنٹی تو نہیں سننی پڑتی، مگر وہ ایک بے چہرہ اور بے رحم الگورتھم کے کنٹرول میں آجاتا ہے۔ اگر وہ مسلسل کام نہ کرے تو اس کی آمدن صفر ہو جاتی ہے۔ اسے کوئی میڈیکل سہولت، پینشن، تنخواہ کے ساتھ چھٹی یا سماجی تحفظ حاصل نہیں ہوتا۔ یہ دراصل پیس ریٹ محنت کی جدید اور زیادہ ظالمانہ شکل ہے، جس میں مزدور تنہا ہے، غیر منظم ہے اور اجتماعی مزاحمت سے کٹا ہوا ہے۔

پلیٹ فارم کی اجارہ داری اس استحصال کو مزید گہرا کرتی ہے۔ یہ ڈیجیٹل پلیٹ فارمز خود کوئی پیداوار نہیں کرتے، بلکہ محض منڈی فراہم کرتے ہیں، مگر اس منڈی پر ان کا مکمل کنٹرول ہوتا ہے۔ گیگ مزدور ایک طرف گاہک کو سستا

کام فراہم کرنے پر مجبور ہے، اور دوسری طرف پلیٹ فارم کو اپنی کمائی کا ایک بڑا حصہ بطور کمیشن دینے پر۔ یہ صورتحال پرانے زرعی نظام سے مختلف نہیں، جہاں کسان زمین استعمال کرنے کے بدلے زمیندار کو فصل کا حصہ دیتا تھا۔ فرق صرف اتنا ہے کہ اب زمین کی جگہ ڈیجیٹل پلیٹ فارم نے لے لی ہے۔

مسابقت کو اس حد تک بڑھا دیا گیا ہے کہ تیسری دنیا کے نوجوان اپنی ہی محنت کی نیلامی کرنے پر مجبور ہیں۔ یہ ایک مستقل "ریس ٹو دی باٹم" ہے، جہاں لاکھوں نوجوان چند ڈالرز کے لیے اپنی صحت، نیند اور زندگی داؤ پر لگا رہے ہیں، جبکہ اوپر بیٹھا طبقہ ڈالرز میں بیانیے اور خواب فروخت کر رہا ہے۔ بحران کے ادوار میں یہی طبقاتی فرق اور بھی نمایاں ہو جاتا ہے۔

سب سے اہم پہلو بیانیے کا غلبہ ہے۔ گیگ اکانومی کی اشرافیہ یہ تاثر دیتی ہے کہ اگر کوئی نوجوان کامیاب نہیں ہو پا رہا تو یہ نظام کا مسئلہ نہیں بلکہ اس کی اپنی نااہلی، سستی یا "مہارت کی کمی" ہے۔ یوں اجتماعی استحصال کو انفرادی ناکامی میں بدل دیا جاتا ہے اور نوجوان کو طبقاتی جدوجہد کے بجائے مزید محنت، مزید ہسل اور خود کو قصوروار ٹھہرانے کی طرف دھکیلا جاتا ہے۔

نتیجتاً یہ دونوں گروہ—کمیشن خور گیگ اشرافیہ اور استحصال زدہ گیگ محنت کش—کسی بھی صورت میں برابر نہیں ہو سکتے۔ انہیں ایک ہی "گیگ جنریشن" یا "جنریشن زی" کے خانے میں رکھنا طبقاتی تضاد کو چھپانے کے مترادف ہے۔ یہ کہنا غلط نہ ہوگا کہ گیگ اکانومی نے فیکٹری کو ختم نہیں کیا، بلکہ ہر نوجوان کے گھر اور لیپ ٹاپ کو ایک الگ تھلگ فیکٹری میں بدل دیا ہے، جہاں مزدور اکیلا ہے، غیر منظم ہے، اور اس کا استحصال کسی انسان کے ہاتھوں نہیں بلکہ ایک خاموش اور بے رحم الگورتھم کے ذریعے ہو رہا ہے۔

اصل سوال اب یہی ہے—اور یہ واقعی اگلا سیاسی سوال ہے—کہ کیا موجودہ معاشی بحران، مہنگائی، بے روزگاری اور گیگ اکانومی کے عدم تحفظ نے اس "ڈیجیٹل نسل" کے خول میں دراڑیں ڈالنی شروع کر دی ہیں؟ اور کیا نوجوان دوبارہ اپنے **طبقاتی مفادات** اور اجتماعی جدوجہد کی طرف لوٹنے لگے ہیں؟ یہی وہ نکتہ ہے جہاں آنے والی سیاست اور مزاحمت کی سمت متعین ہو گی۔

گیگ اکنامی غیر مرئی بے رحم استحصال کی مددگار جو جنریشن زی لیڈر کبھی سامنے نہیں لاتے

گیگ اکانومی پر جب ہم **عالمی سرمایہ داری نظام** کے تناظر میں غور کرتے ہیں تو یہ بات واضح ہوتی چلی جاتی ہے کہ یہ محض روزگار کی ایک نئی شکل نہیں بلکہ طاقت اور استحصال کے ایک **زیادہ ترقی یافتہ، غیر مرئی اور بے چہرہ** نظام کی نمائندہ ہے۔ اس نظام کی سب سے بڑی خصوصیت یہی ہے کہ یہ بڑے اور طاقتور سرمایہ داروں کو مزید طاقتور بناتا ہے، جبکہ استحصال کو اس انداز میں انجام دیتا ہے کہ وہ بظاہر نظر ہی نہیں آتا۔

سب سے پہلے یہ سمجھنا ضروری ہے کہ گیگ اکانومی میں طاقت کا مرکز براہِ راست فیکٹری مالک یا آجر نہیں بلکہ **ڈیجیٹل پلیٹ فارم** ہوتا ہے۔ یہ پلیٹ فارمز خود کو محض "درمیانی سہولت کار (Intermediary)" کے طور پر پیش کرتے ہیں، حالانکہ حقیقت میں وہ پوری منڈی کے اصول، نرخ، رسائی اور مریئت کو کنٹرول کرتے ہیں۔ یہی پلیٹ فارمز طے کرتے

ہیں کہ کس مزدور کو کتنا کام ملے گا، کس کی ریٹنگ گرے گی، کون سسٹم سے باہر کر دیا جائے گا، اور کون مسلسل کام کے دباؤ میں رہے گا۔ اس طرح سرمایہ دار اب براہِ راست حکم دینے کے بجائے **الگورتھم کے ذریعے حکمرانی** کرتا ہے، جس کے فیصلے غیر شفاف اور غیر قابلِ چیلنج ہوتے ہیں۔

دوسرا بڑا پہلو استحصال کا **غیر مرئی ہونا** ہے۔ روایتی سرمایہ داری میں مزدور جانتا تھا کہ اس کا استحصال کون کر رہا ہے: فیکٹری مالک، سپروائزر یا کمپنی۔ گیگ اکانومی میں یہ تعلق بکھر جاتا ہے۔ مزدور گاہک کے لیے کام کرتا ہے، پلیٹ فارم کو کمیشن دیتا ہے، اور آخر میں ذمہ داری کسی پر عائد نہیں ہوپاتی۔ پلیٹ فارم کہتا ہے ہم آجر نہیں، گاہک کہتا ہے ہم مالک نہیں، اور یوں مزدور ایک ایسے نظام میں پھنس جاتا ہے جہاں استحصال موجود ہوتا ہے مگر استحصال کرنے والا دکھائی نہیں دیتا۔ یہی غیر مرئی پن اس نظام کو پہلے سے زیادہ بے رحم بنا دیتا ہے۔

تیسری بات یہ کہ گیگ اکانومی سرمایہ داری کو **عالمی سطح پر مزدور منڈی کو کھولنے** کا موقع دیتی ہے۔ اب سرمایہ دار کسی ایک ملک کے مزدور تک محدود نہیں رہتا۔ پاکستان، بھارت، بنگلہ دیش، افریقہ اور لاطینی امریکہ کے نوجوان ایک ہی پلیٹ فارم پر ایک دوسرے کے مدمقابل لا کھڑے کیے جاتے ہیں۔ اس عالمی مسابقت میں محنت کی قیمت مسلسل نیچے جاتی ہے، کیونکہ ہر مزدور دوسرے سے سستا بننے کی کوشش کرتا ہے۔ اس "ریس ٹو دی باٹم" میں فائدہ ہمیشہ بڑے سرمایہ دار اور پلیٹ فارم کو ہوتا ہے، جبکہ نقصان مزدور کو اٹھانا پڑتا ہے۔

چوتھا پہلو **ذمہ داری سے فرار** ہے۔ گیگ اکانومی میں سرمایہ دار کو نہ مستقل ملازم رکھنا پڑتا ہے، نہ سوشل سکیورٹی، نہ پینشن، نہ میڈیکل سہولت، نہ چھٹی، نہ یونین کو تسلیم کرنا۔ مزدور کو "آزاد ٹھیکیدار" کہہ کر تمام قانونی اور اخلاقی ذمہ داریوں سے جان چھڑا لی جاتی ہے۔ یوں سرمایہ داری اپنی لاگت کم سے کم اور منافع زیادہ سے زیادہ کر لیتی ہے، جبکہ عدم تحفظ اور خطرہ مکمل طور پر مزدور کے کندھوں پر منتقل ہو جاتا ہے۔

پانچواں اور نہایت اہم پہلو **بیانیے کا کنٹرول** ہے۔ گیگ اکانومی کو آزادی، لچک، خودمختاری اور "اپنا باس خود بننے" کے خواب کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔ یہ بیانیہ بڑے سرمایہ داروں اور گیگ اشرافیہ کے مفاد میں ہے، کیونکہ اس کے ذریعے مزدور کو یہ باور کرایا جاتا ہے کہ اگر وہ ناکام ہے تو یہ نظام کا قصور نہیں بلکہ اس کی اپنی کمزوری ہے۔ یوں طبقاتی استحصال کو انفرادی ناکامی میں بدل دیا جاتا ہے، اور اجتماعی مزاحمت یا تنظیم سازی کے امکانات کو شروع ہی میں ختم کر دیا جاتا ہے۔

آخر کار، گیگ اکانومی عالمی سرمایہ داری کو اس قابل بناتی ہے کہ وہ **استحصال کو زیادہ منظم، زیادہ وسیع اور کم نظر آنے والا** بنا دے۔ یہ ایک ایسا نظام ہے جہاں سرمایہ دار مزید طاقتور ہوتا ہے، مگر بغیر کسی واضح چہرے کے؛ جہاں مزدور زیادہ غیر محفوظ ہوتا ہے، مگر بغیر کسی واضح دشمن کے؛ اور جہاں عدم مساوات بڑھتی ہے، مگر اسے آزادی اور جدیدیت کے نام پر چھپا دیا جاتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ گیگ اکانومی کو محض روزگار کی نئی شکل نہیں بلکہ **سرمایہ داری کے استحصال کی ایک نئی، زیادہ مہذب مگر زیادہ سفاک صورت** سمجھنا ضروری ہے۔

جنریشن زی اور صارفین: جنریشن زی میں شامل صارفین کا گروہ بھی سماجی و معاشی اعتبار سے کسی ایک طبقے کی نمائندگی نہیں کرتا، بلکہ یہاں بھی وہی گہری طبقاتی تقسیم موجود ہے جو پورے سرمایہ دارانہ سماج کی بنیاد ہے۔ عام طور پر

جنریشن زی کو ایک باشعور، سوال اٹھانے والے اور اخلاقی تقاضے رکھنے والے صارفین کے طور پر پیش کیا جاتا ہے، مگر حقیقت یہ ہے کہ **برانڈز میں شفافیت، اخلاقیات، ماحول دوستی اور انسانی حقوق** جیسے مطالبات صرف طبقۂ اشرافیہ اور پیٹی بورژوازی کی بالائی پرت سے تعلق رکھنے والی جنریشن زی کے مسائل ہیں۔ یہ وہ طبقہ ہے جس کے پاس انتخاب (choice) کی سہولت موجود ہے، جو قیمت ادا کر سکتا ہے اور جو خریداری کو ایک اخلاقی یا سیاسی بیان میں بدلنے کی طاقت رکھتا ہے۔

اس کے برعکس محنت کش طبقات، شہری و دیہی غریبوں کے پاس برانڈ کی کوئی حقیقی چوائس سرے سے ہوتی ہی نہیں۔ ان کی خریداری ان کی محدود آمدن، عدم تحفظ اور روزمرہ بقا کے تقاضوں سے مشروط ہوتی ہے۔ وہ گھٹیا، غیر محفوظ اور بعض اوقات صحت کے لیے مضر اشیاء خریدنے پر مجبور ہوتا ہے، اس لیے نہیں کہ وہ اخلاقیات یا شفافیت سے لاتعلق ہے، بلکہ اس لیے کہ سرمایہ دارانہ نظام نے اس سے انتخاب کا حق چھین رکھا ہے۔ اس کی خریداری کا تعلق براہِ راست اس کی طبقاتی شناخت سے جڑا ہوتا ہے؛ یہاں خریداری کسی اقدار یا شعور کا اظہار نہیں بلکہ مجبوری اور بقا کا مسئلہ ہوتی ہے۔

برانڈڈ مینوفیکچرنگ میں شفافیت، اخلاقی تجارت اور ذمہ دار صارفیت کے نعرے شامل ہیں—وہ دراصل اسی بالائی طبقے کے لیے وضع کیا گیا بیانیہ ہے۔ یہ سوالات، ان سے جڑے سیاسی مطالبات اور اصلاحات،
اشرافیہ اور بالائی متوسط طبقے سے تعلق رکھنے والی جنریشن زی کے دائرے میں گردش کرتے ہیں۔ اس پورے ڈسکورس میں یہ حقیقت دانستہ طور پر نظرانداز کی جاتی ہے کہ سرمایہ دارانہ نظام کے اندر طبقاتی فرق نہ تو ختم ہوا ہے اور نہ ہو سکتا ہے۔

یوں اخلاقی صارفیت، شفاف برانڈنگ اور تجارت کی اخلاقیات کو پوری نسل کا مسئلہ بنا کر پیش کرنا دراصل ایک فکری دھوکہ ہے، جس کے ذریعے طبقاتی تضادات کو دھندلا دیا جاتا ہے۔ نتیجتاً ایسا تاثر پیدا ہوتا ہے جیسے تمام جنریشن زی ایک ہی طرح کے مسائل، انتخاب اور ذمہ داریوں کا سامنا کر رہی ہو، حالانکہ حقیقت میں ایک طبقہ خریداری کو اخلاقی انتخاب بنا سکتا ہے اور دوسرا طبقہ محض زندہ رہنے کے لیے سستی اور غیر محفوظ اشیاء خریدنے پر مجبور ہے۔ یہی وہ طبقاتی فرق ہے جسے سرمایہ دارانہ نظام کے ہوتے ہوئے ختم نہیں کیا جا سکتا، مگر جسے مسلسل چھپانے کی کوشش ضرور کی جاتی ہے۔

یہ بات دراصل اس بنیادی مغالطے کو بے نقاب کرتی ہے جس کے تحت **جنریشن زی کو بطور ایک یکساں صارف گروہ** پیش کیا جاتا ہے، حالانکہ حقیقت میں یہ گروہ سماجی و معاشی اعتبار سے شدید طور پر منقسم ہے۔ جنریشن زی میں شامل صارفین کسی ایک طبقے کی نمائندگی نہیں کرتے، بلکہ یہاں بھی وہی طبقاتی تفاوت پوری شدت سے کارفرما ہے جو سرمایہ دارانہ سماج کی بنیاد ہے۔ برانڈز میں شفافیت، اخلاقیات، ماحول دوستی اور انسانی حقوق جیسے مطالبات بظاہر پوری نسل کی آواز دکھائے جاتے ہیں، مگر درحقیقت یہ مطالبات **طبقۂ اشرافیہ اور پیٹی بورژوازی کی بالائی پرت** سے تعلق رکھنے والی جنریشن زی کے مسائل ہیں، نہ کہ محنت کش طبقات یا شہری و دیہی غریبوں کے۔

محنت کش اور غریب طبقے کے نوجوان کے پاس برانڈ کا انتخاب سرے سے موجود ہی نہیں ہوتا۔ اس کی خریداری اس کی آمدن، عدم تحفظ اور روزمرہ بقا کے تقاضوں سے مشروط ہوتی ہے۔ وہ گھٹیا، غیر محفوظ اور بعض اوقات صحت کے لیے مضر

اشیاء خریدنے پر مجبور ہوتا ہے، اس لیے نہیں کہ وہ اخلاقیات یا شفافیت کے خلاف ہے، بلکہ اس لیے کہ سرمایہ دارانہ نظام نے اس سے **انتخاب کا حق** چھین رکھا ہے۔ اس کی صارف حیثیت براہِ راست اس کی طبقاتی شناخت سے جڑی ہوتی ہے۔ یہاں خریداری کوئی سیاسی یا اخلاقی بیان نہیں بلکہ محض بقا کی جدوجہد ہوتی ہے۔

اس کے برعکس، اشرافیہ اور بالائی متوسط طبقے سے تعلق رکھنے والی جنریشن زی کے لیے خریداری ایک **سیاسی اور اخلاقی اظہار** بن جاتی ہے۔ "آرگینک"، "ویگن"، "فیئر ٹریڈ" یا "ایکو فرینڈلی" مصنوعات خریدنا ان کے لیے محض ضرورت نہیں بلکہ اپنی طبقاتی برتری اور "باشعور صارف" ہونے کا اعلان ہوتا ہے۔ یہ وہ طبقہ ہے جو برانڈز سے شفافیت، انسانی چہرہ اور اخلاقی تجارت کا مطالبہ کر سکتا ہے، کیونکہ اس کے پاس قیمت ادا کرنے کی سکت اور متبادل موجود ہوتے ہیں۔ یوں اخلاقی صارفیت دراصل ایک **طبقاتی عیاشی** بن جاتی ہے، جسے عمومی انسانی قدر کے طور پر پیش کیا جاتا ہے۔

سرمایہ دارانہ نظام نے اسی تضاد کو چھپانے کے لیے اپنے اوپر ایک نیا "ہیومن فیس" چڑھا لیا ہے۔ "کونشس کیپیٹلزم"، "ریسپانسبل برانڈنگ" اور "ایتھیکل کامرس" جیسے نعروں کا مقصد نظام کو بدلنا نہیں بلکہ بالائی طبقے کے ضمیر کو مطمئن کرنا ہے۔ جب ایک خوشحال نوجوان مہنگی چیز خرید کر یہ محسوس کرتا ہے کہ اس نے ماحول یا انسانیت کے لیے بھی کچھ کر لیا ہے، تو وہ اس ڈھانچے پر سوال اٹھانا چھوڑ دیتا ہے جو غربت، عدم مساوات اور استحصال پیدا کر رہا ہے۔ اس سارے بیانیے میں یہ حقیقت دانستہ طور پر اوجھل رکھی جاتی ہے کہ وہی "شفاف" اور "اخلاقی" برانڈز اپنے مزدوروں کو کم اجرت، غیر محفوظ حالات اور غیر انسانی اوقاتِ کار میں جکڑے رکھتے ہیں۔

یہاں خریداری اور بقا کا فرق نہایت واضح ہو جاتا ہے۔ اشرافیہ کی جنریشن زی "پائیدار فیشن" اور "اخلاقی تجارت" پر گفتگو کرتی ہے، جبکہ اسی نسل کا محنت کش نوجوان انہی فیکٹریوں میں کام کر رہا ہوتا ہے جہاں وہ مصنوعات تیار کی جاتی ہیں۔ ایک طبقہ صارف ہے، جس کے پاس آواز، انتخاب اور بیانیہ ہے، جبکہ دوسرا طبقہ محض ایک پرزہ ہے، جس کی محنت نظر آتی ہے مگر اس کی زندگی اور مسائل نہیں۔ دونوں کو ایک ہی "جنریشن زی" کے خانے میں رکھ دینا اس طبقاتی حقیقت کو مٹانے کے مترادف ہے۔

اسی طرح سیاسی مطالبات اور اصلاحات کے معاملے میں بھی یہی فرق نظر آتا ہے۔ جب جنریشن زی کی سیاست کی بات کی جاتی ہے تو میڈیا اور کارپوریٹ ڈسکورس انہی مطالبات کو نمایاں کرتا ہے جو بالائی متوسط طبقے سے جڑے ہوتے ہیں، جیسے ماحولیاتی آگاہی، ڈیجیٹل حقوق یا برانڈ ایتھکس۔ اس کے برعکس کم از کم اجرت، یونین سازی، روزگار کا تحفظ اور سماجی سلامتی جیسے مسائل پس منظر میں چلے جاتے ہیں، کیونکہ یہ سوالات براہِ راست سرمایہ دارانہ ڈھانچے کو چیلنج کرتے ہیں۔

نتیجتاً یہ کہنا غلط نہیں ہوگا کہ جنریشن زی کے صارف بیانیے میں طبقاتی فرق کو جان بوجھ کر دھندلایا جاتا ہے۔ سرمایہ دارانہ نظام کے اندر رہتے ہوئے یہ فرق ختم نہیں ہو سکتا، مگر اسے اخلاقیات، شفافیت اور "ہیومن فیس" کے نعروں کے ذریعے چھپا ضرور دیا جاتا ہے۔ یوں جنریشن زی کا ڈسکورس بھی طبقاتی بالادستی کو چیلنج کرنے کے بجائے اکثر اسی نظام کو ایک نئے، زیادہ نرم اور خوشنما انداز میں برقرار رکھنے کا ذریعہ بن جاتا ہے۔

یہ تجزیہ ثابت کرتا ہے کہ **جنریشن زی 'ایک سیاسی اور معاشی ڈھال ہے** جسے استعمال کر کے اصل طبقاتی جدوجہد کو "ثقافتی اور اخلاقی بحثوں" میں الجھا دیا گیا ہے۔ جب تک پیداواری ذرائع اور وسائل کی تقسیم غیر منصفانہ ہے، یہ نام نہاد "شفافیت" اور "اخلاقی تجارت" صرف ایک مخصوص طبقے کا مشغلہ ہی رہے گی۔

جنریشن زی کے "ترقی پسند"

سماج کا جو ترقی پسند حلقہ (Progressive Segment) کہلاتا ہے، وہ بھی سماجی و معاشی اعتبار سے کسی ایک ہم جنس طبقے پر مشتمل نہیں ہے۔ عمومی طور پر یہ تاثر دیا جاتا ہے کہ انسانی حقوق، صنفی برابری، ماحولیاتی تحفظ، ڈیجیٹل و انٹرنیٹ حقوق، سماجی انصاف، جمہوریت اور آزادیٔ اظہار جیسے مسائل پر اٹھنے والا ڈسکورس پورے سماج کی مشترکہ آواز ہے، مگر حقیقت یہ ہے کہ ان موضوعات پر غالب بیانیہ زیادہ تر **جنریشن زی کے بالائی متوسط طبقے** سے تعلق رکھنے والے افراد اور گروہوں ہی تشکیل دیتے ہیں۔ یہ عموماً بڑے شہروں میں رہنے والے، اعلیٰ تعلیم یافتہ نوجوان ہوتے ہیں جنہیں مین اسٹریم میڈیا اور سوشل میڈیا رفتہ رفتہ ایک طرح کے "سیلیبرٹی اسٹیٹس" پر فائز کر دیتا ہے، اور انہی کی زبان، ترجیحات اور فکری حدود کو ترقی پسندی کا معیار بنا دیا جاتا ہے۔

اس کے برعکس جنریشن زی کے وہ افراد جو گیگ ورکرز ہیں، یا جو انسانی حقوق، خواتین کے حقوق، ماحولیاتی تحفظ اور سماجی انصاف کے لیے عملی طور پر کام کر رہے ہوتے ہیں اور جن کا تعلق محنت کش طبقات سے ہوتا ہے، وہ ان طاقتور سماجی تنظیموں، این جی اوز اور تحریکوں کے اندر کبھی فیصلہ کن مقام حاصل نہیں کر پاتے۔ یہ تنظیمیں بظاہر عوامی اور ترقی پسند دکھائی دیتی ہیں، مگر عملاً اکثر بالائی طبقاتی مفادات، ڈونر ایجنڈاز اور اشرافیہ کے فکری سانچوں کے تحت چلنے والے منصوبے ہوتی ہیں۔ ایسے میں محنت کش پس منظر سے آنے والے کارکن نہ تو نظریہ سازی میں شامل ہو پاتے ہیں، نہ پالیسی سازی میں، اور نہ ہی کسی واضح روڈمیپ کی تشکیل میں ان کی رائے فیصلہ کن سمجھی جاتی ہے۔ وہ خود بولنے کے بجائے اکثر دوسروں کی نمائندگی میں بولے جاتے ہیں۔

اسی تناظر میں یہ محنت کش نوجوان، رضاکار اور کارکن ایک طرح سے **سب آلٹرن** حیثیت اختیار کر لیتے ہیں۔ ان کی جگہ اشرافیہ سے تعلق رکھنے والی فیمینسٹ شخصیات، انسانی حقوق کے نامور ماہرین، اعلیٰ طبقے کے وکلا، پیشہ ور سیاسی کارکن اور دانشور بولتے ہیں، جو ان مسائل کو اپنے فکری فریم میں ڈھال کر پیش کرتے ہیں۔ نتیجتاً ان تحریکوں اور بیانیوں میں سرمایہ داری کو بطور ایک نظام کبھی براہِ راست نشانہ نہیں بنایا جاتا، نہ ہی حکمران طبقاتی ڈھانچوں پر بنیادی سوال اٹھایا جاتا ہے۔ اس کے بجائے مسائل کی جڑ محض حکمران اشرافیہ کی پرانی نسل، یعنی جسے یہ "بومرز" کہتے ہیں، کو قرار دے دیا جاتا ہے۔

یوں ایک عجیب تضاد جنم لیتا ہے جہاں بومرز کی جگہ نجات دہندہ کے طور پر **حکمران اشرافیہ اور بالائی متوسط طبقے سے تعلق رکھنے والی جنریشن زی** کو پیش کیا جاتا ہے۔ اس بیانیے میں یہ مفروضہ شامل ہوتا ہے کہ اگر اقتدار، پالیسی اور نمائندگی صرف نئی، تعلیم یافتہ اور "پروگریسو" جنریشن زی کے ہاتھ میں آجائے تو سماجی مسائل خود بخود حل ہو جائیں گے، حالانکہ طبقاتی ڈھانچہ، معاشی استحصال اور سرمایہ دارانہ منطق جوں کی توں برقرار رہتی ہے۔

اسی لیے یہ کہنا بے جا نہ ہوگا کہ جنریشن زی کا غالب ترقی پسند ڈسکورس زیادہ تر انہی نوجوانوں کے وضع کردہ ہے جو خود حکمران اشرافیہ یا بالائی متوسط طبقے سے تعلق رکھتے ہیں۔ اس ڈسکورس میں عموماً **یوٹوپیائی، غیر سائنسی اور غیر انقلابی سرمایہ دارانہ اصلاح پسندی** حاوی ہوتی ہے، جو نظام کو جڑ سے چیلنج کرنے کے بجائے اسے زیادہ "انسان دوست" بنانے کے خواب دکھاتی ہے۔ نتیجتاً ترقی پسندی ایک ایسی زبان میں ڈھل جاتی ہے جو طبقاتی تضادات کو نرم الفاظ میں ڈھانپ دیتی ہے اور حقیقی انقلابی سیاست کو حاشیے پر دھکیل دیتی ہے۔

ہمارا یہ تجزیہ سماجیات اور سیاسی معاشیات کے اس نہایت نازک اور بنیادی نکتے کی طرف اشارہ کرتا ہے جسے عموماً **اشرافیہ کی بالادستی (Elite Hegemony)** کہا جاتا ہے۔ آپ نے بہت وضاحت اور فکری گہرائی کے ساتھ یہ دکھایا ہے کہ کس طرح "جنریشن زی" کے نام پر دراصل ایک مخصوص نوع کی **کارپوریٹ لبرل ازم** کو انقلابی زبان اور ترقی پسند نعروں میں لپیٹ کر پیش کیا جا رہا ہے، اور یوں اسے فطری، ناگزیر اور واحد متبادل کے طور پر قبول کروایا جا رہا ہے۔

اس گفتگو سے سب سے پہلے جو حقیقت سامنے آتی ہے وہ یہ ہے کہ آج کی بہت سی ترقی پسند تحریکیں اور بیانیے دراصل **"پروجیکٹائزڈ ترقی پسندی"** کی شکل اختیار کر چکے ہیں۔ انسانی حقوق، صنفی برابری، ماحولیاتی تحفظ اور سماجی انصاف جیسے موضوعات اب اکثر بین الاقوامی فنڈڈ منصوبوں کا حصہ ہوتے ہیں۔ ان منصوبوں کی قیادت زیادہ تر وہی بالائی متوسط طبقہ کرتا ہے جو انگریزی زبان، مغربی علمی اصطلاحات، رپورٹ رائٹنگ اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں مہارت رکھتا ہے۔ اس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ نظریہ سازی اور پالیسی سازی پر اسی طبقے کی اجارہ داری قائم ہو جاتی ہے، جبکہ محنت کش طبقے سے تعلق رکھنے والے حقیقی کارکن محض فیلڈ ورکرز، ڈیٹا پوائنٹس یا "سب آلٹرن" کی حیثیت میں رہ جاتے ہیں۔ ان کی شرکت فیصلے کرنے کے لیے نہیں بلکہ منصوبوں کی تکمیل اور رپورٹنگ کے لیے ہوتی ہے۔

دوسرا نہایت اہم نکتہ یہ ہے کہ اس غالب ڈسکورس میں مسئلے کی جڑ کو **سرمایہ دارانہ نظام** کے بجائے "بومرز" یعنی پرانی نسل کو قرار دیا جاتا ہے۔ یوں ایک شعوری یا لاشعوری طور پر **نسلوں کی جنگ** (Generation War) کو فروغ دیا جاتا ہے، جس میں نوجوانوں کو یہ باور کرایا جاتا ہے کہ اصل رکاوٹ طبقاتی ڈھانچہ نہیں بلکہ عمر رسیدہ حکمران طبقہ ہے۔ یہ ایک گہرا سیاسی فریب ہے، کیونکہ اس کے ذریعے نوجوانوں کی توجہ طبقاتی جدوجہد اور نظامی تنقید سے ہٹا کر عمر کے فرق پر مرکوز کر دی جاتی ہے۔ یوں یہ تاثر پیدا ہوتا ہے کہ اگر اقتدار میں بومرز کی جگہ "ڈیجیٹل جنریشن زی" آ جائے تو مسائل خود بخود حل ہو جائیں گے، چاہے یہ نئی نسل خود اسی استحصالی اشرافیہ کی وارث کیوں نہ ہو۔

تیسری سطح پر یہ ڈسکورس اپنی فطرت میں **یوٹوپیائی اور غیر سائنسی اصلاح پسندی** کا حامل ہوتا ہے۔ چونکہ اس کی بنیاد مادی حالات، پیداواری رشتوں اور طبقاتی تضادات کے تجزیے کے بجائے سوشل میڈیا کی مقبولیت، اخلاقی برتری کے احساس اور سیلیبرٹی کلچر پر ہوتی ہے، اس لیے یہ نظامی تبدیلی کے بجائے انفرادی رویوں کی اصلاح پر زور دیتا ہے۔ مثال کے طور پر ماحولیات کے نام پر صارفین سے کہا جاتا ہے کہ وہ پلاسٹک کا استعمال کم کریں، مگر پلاسٹک پیدا کرنے والی کارپوریشنز، ان کے منافع اور ریاستی سرپرستی پر سوال اٹھانے سے گریز کیا جاتا ہے۔ اس طرح یہ اصلاح پسندی

غیر انقلابی رہتی ہے اور محض چند سطحی یا کاسمیٹک تبدیلیوں تک محدود ہو جاتی ہے، تاکہ اشرافیہ کا نیا طبقہ خود کو "ترقی پسند" ثابت کرتے ہوئے اقتدار اور وسائل میں حصہ لے سکے۔

آخر میں سب سے سنگین پہلو **سب آلٹرن کی آواز کا اغوا** ہے۔ ہم بجا طور پر نشاندہی کی ہے کہ اشراف فیمنسٹ، اشراف انسانی حقوق کے ماہرین اور اشراف دانشور دراصل گرامشی کے تصورِ **آرگینک انٹلیکچوئل** کے برعکس کردار ادا کرتے ہیں۔ یہ لوگ پسماندہ طبقات کی نمائندگی کا دعویٰ تو کرتے ہیں، مگر ان کے مادی مفادات اور طبقاتی مطالبات کو اپنے بیانیے میں مرکزی حیثیت نہیں دیتے۔ یہاں تک کہ انقلابی نعروں کو بھی اس انداز میں ڈھال لیا جاتا ہے کہ ان کی طبقاتی کاٹ ختم ہو جائے۔ یہی وجہ ہے کہ ان تحریکوں میں "بھوک"، "رہائش"، "روزگار" اور "وسائل کی منصفانہ تقسیم" جیسے سخت اور بنیادی طبقاتی سوالات حاشیے پر چلے جاتے ہیں، جبکہ "ڈیجیٹل رائٹس"، "اظہارِ رائے کی آزادی" اور دیگر نسبتاً نرم مطالبات مرکز میں آ جاتے ہیں۔

یوں مجموعی طور پر یہ غالب ترقی پسند ڈسکورس نہ تو سرمایہ داری کو بطور نظام چیلنج کرتا ہے اور نہ ہی حکمران طبقاتی ڈھانچوں کو نشانے پر رکھتا ہے، بلکہ اشرافیہ کی نئی نسل کو نجات دہندہ بنا کر پیش کرتے ہوئے اسی بالادستی کو ایک نئے، زیادہ خوشنما اور "ترقی پسند" لبادے میں برقرار رکھتا ہے۔

جنریشن زی کا موجودہ غالب بیانیہ **"سرمایہ دارانہ اصلاح پسندی"** کی ایک نئی شکل ہے جس کا مقصد استحصالی نظام کو بچانا اور اسے ایک "نوجوان اور پرکشش" چہرہ دینا ہے۔ یہ بیانیہ محنت کش طبقے کے نوجوان کو ایک ایسے یوٹوپیا (خوش فہمی) میں رکھتا ہے جہاں اسے لگتا ہے کہ وہ بدلتی ہوئی دنیا کا حصہ ہے، جبکہ عملی طور پر وہ پہلے سے زیادہ گہرے استحصال کا شکار ہو چکا ہوتا ہے۔

جنریشن زی اور آج کا پاکستان

پاکستان کا موجودہ سیاسی اور عدالتی نظام جنریشن زی کے جدید، ڈیجیٹل اور طبقاتی تقاضوں کو پورا کرنے کی صلاحیت نہیں رکھتا—اور اگر اسے زبردستی قابلِ عمل ثابت کرنے کی کوشش کی گئی تو اس کا نتیجہ اصلاح نہیں بلکہ مزید بحران ہو گا۔ اس لیے **ڈھانچہ جاتی تبدیلی (Structural Change)** اب محض ایک نظری امکان نہیں بلکہ ایک تاریخی ناگزیریت بنتی جا رہی ہے۔

ذرا اس کی وجوہات کو مربوط انداز میں دیکھتے ہیں۔

سب سے پہلی بات یہ ہے کہ پاکستان کا سیاسی و عدالتی نظام ایک ایسے **قبل از ڈیجیٹل عہد** میں تشکیل پایا تھا جہاں سیاست کی رفتار سست، معلومات محدود، اور عوامی شرکت نمائندوں کے ذریعے بالواسطہ ہوتی تھی۔ اس کے برعکس جنریشن زی ایک **ریئل ٹائم** دنیا میں جی رہی ہے جہاں طاقت، سچائی اور بیانیہ لمحوں میں چیلنج ہو جاتا ہے۔ یہ نسل جواب دہی، شفافیت اور فوری رسائی چاہتی ہے، جبکہ موجودہ نظام تاخیر، فائلوں، بند کمروں اور غیر منتخب طاقت کے مراکز پر کھڑا ہے۔ یہی بنیادی عدم مطابقت ہے۔

دوسری اہم بات یہ ہے کہ عدالتی نظام اب بھی **نو آبادیاتی منطق** پر کام کر رہا ہے۔ انصاف کا تصور شہری کے حق کے بجائے ریاستی اختیار کے تابع ہے۔ جنریشن زی جس نے انٹرنیٹ پر دنیا بھر کے عدالتی ماڈلز، عوامی مفاد کے مقدمات، ڈیجیٹل رائٹس اور آئینی آزادیوں کی بحث دیکھی ہے، اس کے لیے یہ نظام غیر شفاف، سست اور طبقاتی طور پر جانبدار محسوس ہوتا ہے۔ ایک ایسا نوجوان جو آن لائن چند گھنٹوں میں عالمی کلائنٹس سے جڑ جاتا ہے، وہ برسوں پر محیط مقدمات، تاریخوں پر تاریخیں اور منتخب انصاف کو قبول کرنے کے لیے نفسیاتی طور پر تیار ہی نہیں۔

تیسرا اور شاید سب سے فیصلہ کن پہلو معاشی ہے۔ موجودہ ریاستی ڈھانچہ جنریشن زی کو **پیداواری شہری** کے بجائے یا تو **بے روزگار مسئلہ** سمجھتا ہے یا محض **ڈیجیٹل صارف**۔ گیگ اکانومی، فری لانسرز، اور غیر رسمی محنت کی نئی شکلیں ریاستی قانون، لیبر پروٹیکشن اور ٹیکس نظام سے تقریباً باہر ہیں۔ اس خلا کا مطلب یہ ہے کہ ریاست اس نسل کی محنت سے فائدہ تو اٹھا رہی ہے مگر اسے سماجی تحفظ، استحکام یا سیاسی نمائندگی دینے میں ناکام ہے۔ یہ صورتحال طویل مدت میں صرف بے چینی نہیں بلکہ **سیاسی اجنبیت** (Political Alienation) کو جنم دیتی ہے۔

چوتھی بات یہ ہے کہ سیاسی اشرافیہ اب بھی جنریشن زی کو **علامتی طور پر** مخاطب کرتی ہے، ساختی طور پر نہیں۔ سوشل میڈیا ٹیمیں، ہیش ٹیگز، اور نوجوانوں کے کنونشنز اس حقیقت کو نہیں بدلتے کہ فیصلہ سازی کے مراکز میں نوجوان، بالخصوص محنت کش اور غیر اشرافیہ پس منظر سے آنے والے نوجوان، تقریباً ناپید ہیں۔ یوں یہ نسل خود کو ایک ایسے نظام کے سامنے پاتی ہے جو اس سے ووٹ تو مانگتا ہے، مگر طاقت میں شراکت نہیں دیتا۔

اسی لیے اگر ہم ایمانداری سے سوال کا جواب دیں تو یہ کہنا پڑے گا کہ **مسئلہ صرف پالیسی اپڈیٹ یا ڈیجیٹلائزیشن کا نہیں، بلکہ اقتدار، نمائندگی اور وسائل کی ازسرِ نو تقسیم کا ہے۔** جنریشن زی محض قوانین بدلنے سے مطمئن نہیں ہوگی؛ وہ طاقت کے ڈھانچوں میں اپنی جگہ مانگ رہی ہے۔ اگر یہ جگہ پرامن، جمہوری اور ادارہ جاتی طریقے سے نہ دی گئی تو تاریخ بتاتی ہے کہ ایسی توانائی یا تو بغاوت میں ڈھلتی ہے یا اجتماعی مایوسی میں۔

نتیجتاً، پاکستان اس وقت اسی دوراہے پر کھڑا ہے جسے گرامشی نے **Interregnum** کہا تھا: پرانا نظام مر رہا ہے، نیا ابھی پیدا نہیں ہوا۔ جنریشن زی اسی خلا کی آواز ہے۔ سوال یہ نہیں کہ تبدیلی آئے گی یا نہیں—سوال یہ ہے کہ **یہ تبدیلی جمہوری اور منظم ہوگی یا انتشار اور تصادم کے ذریعے خود کو منوائے گی۔**

ٹک ٹاک اور طبقاتی غلبہ

ٹک ٹاک اور طبقاتی غلبے کا سوال دراصل پاکستان کی موجودہ سماجی حرکیات، ثقافتی تصادم اور طاقت کے بدلتے ہوئے مظاہر کو سمجھنے کے لیے نہایت بنیادی اہمیت رکھتا ہے۔ میرا تجزیہ یہ ہے کہ ٹک ٹاک نے طبقاتی غلبے کو **اظہار** (Expression) کی سطح پر ضرور چیلنج کیا ہے، مگر **اثر و رسوخ، اختیار اور معاشی طاقت** (Power & Authority) کے ڈھانچوں میں یہ جدوجہد اب بھی ناہموار اور پیچیدہ ہے۔

سب سے پہلے ٹک ٹاک نے جس سطح پر نمایاں تبدیلی پیدا کی ہے، وہ **اظہار کی جمہوریت** ہے۔ پاکستان میں یہ پہلا بڑا ڈیجیٹل پلیٹ فارم ہے جس نے انگریزی دانی، مہنگے پروڈکشن اسٹینڈرڈز اور اشرافیہ کے مخصوص جمالیاتی معیار کی شرط کو بڑی حد تک غیر متعلق بنا دیا۔ انسٹاگرام اور ایکس جیسے پلیٹ فارمز پر غلبے کے لیے جہاں شہری اردو یا انگریزی اور ایک خاص طرزِ زندگی ضروری سمجھی جاتی تھی، وہاں ٹک ٹاک پر پنجابی، پشتو، سندھی اور سرائیکی بولنے والے دیہی اور محنت کش نوجوانوں نے اپنی موجودگی منوائی۔ سستے موبائل فون، عام گلیاں، کھیت، ورکشاپس اور فیکٹریوں کے پس منظر نے اشرافیہ کے پالشڈ اور فلٹر زدہ مواد کو براہِ راست چیلنج کیا۔ اس معنی میں ٹک ٹاک نے ثقافتی اشرافیہ کے غلبے میں واقعی دراڑ ڈالی ہے۔

تاہم جیسے ہی یہ اظہار وسیع ہوا، بالائی متوسط اور اشرافیہ طبقے کی جانب سے ایک شدید **ردِ عمل اور سماجی حقارت** بھی سامنے آئی۔ ٹک ٹاک استعمال کرنے والے غریب اور محنت کش نوجوانوں کو "چھپڑ"، "پینڈو" اور "لو کلاس" جیسے تضحیک آمیز القابات دیے گئے، تاکہ ان کی تخلیق کو غیر سنجیدہ اور کمتر ثابت کیا جا سکے۔ یہ دراصل طبقاتی بالادستی کو نفسیاتی اور ثقافتی سطح پر محفوظ رکھنے کی ایک کوشش تھی۔ اسی تناظر میں ٹک ٹاک پر پابندی کی حمایت بھی زیادہ تر اسی شہری، پڑھے لکھے طبقے کی جانب سے آئی، جو اسے اخلاقیات کا مسئلہ بنا کر پیش کرتا ہے، حالانکہ پس پردہ اصل اضطراب یہ تھا کہ ایک مزدور یا دیہی نوجوان بھی اب وہی "اسکرین اسپیس" حاصل کر رہا ہے جو پہلے اشرافیہ کے لیے مخصوص تھی۔

لیکن جب ہم اظہار سے آگے بڑھ کر **معاشی حقیقت** اور **اثر و رسوخ** کی بات کرتے ہیں تو طبقاتی فرق ایک بار پھر پوری شدت سے نمایاں ہو جاتا ہے۔ ٹک ٹاک پر لاکھوں فالوورز رکھنے کے باوجود دیہی یا محنت کش طبقے سے تعلق رکھنے والے کریئیٹرز کو وہ معاشی فوائد شاذ ہی ملتے ہیں جو شہری، بالائی متوسط یا اشرافیہ پس منظر کے انفلوئنسرز کو حاصل ہوتے ہیں۔ بڑے برانڈز آج بھی انہی چہروں کو ترجیح دیتے ہیں جن کا طرزِ زندگی، زبان اور رہائش ان کے پروڈکٹس کے مطابق ہو۔ اس کے علاوہ پلیٹ فارم کے الگورتھمز بھی بالواسطہ طور پر صاحبِ وسائل طبقے کے حق میں کام کرتے ہیں، کیونکہ ہائی ڈیفینیشن ویڈیوز، مہنگے فونز اور بہتر پروڈکشن کو زیادہ پروموٹ کیا جاتا ہے۔

یوں مجموعی طور پر یہ کہا جا سکتا ہے کہ ٹک ٹاک نے **ثقافتی دیوار** کو تو بڑی حد تک گرا دیا ہے، مگر **معاشی دیوار** اب بھی اپنی جگہ قائم ہے۔ اس پلیٹ فارم نے غریب اور محنت کش نوجوان کو "دکھائی دینے (Visibility)" کی طاقت ضرور دی ہے، مگر "فیصلہ سازی"، بڑے سرمایے اور دیرپا اثر و رسوخ تک رسائی بدستور اشرافیہ اور بالائی متوسط طبقے کے پاس ہی ہے۔ ٹک ٹاک نے طبقاتی غلبے کو زک ضرور پہنچائی ہے، مگر اسے ختم نہیں کیا۔ یہ اب بھی ایک ایسی رزم گاہ ہے جہاں نچلا طبقہ اپنی پہچان اور آواز کے لیے جدوجہد کر رہا ہے، جبکہ بالائی طبقہ اپنی برتری برقرار رکھنے کے لیے نئے طریقے تلاش کر رہا ہے۔

اصل سوال اب یہ ہے کہ کیا ٹک ٹاک پر ابھرنے والی یہ عوامی لہر کبھی منظم سیاسی یا طبقاتی شعور اور اجتماعی مزاحمت میں ڈھل سکے گی، یا یہ محض تفریح، وائرل ہونے اور لمحاتی شہرت تک محدود رہ کر اپنی توانائی ضائع کر دے گی۔ یہی وہ نکتہ ہے جہاں اظہار اور طاقت کے درمیان اصل معرکہ شروع ہوتا ہے۔

ٹک ٹاک نے **"ثقافتی دیوار "** تو گرا دی ہے لیکن **"معاشی دیوار "** ابھی بھی قائم ہے۔ اس نے غریب اور محنت کش نوجوان کو "دکھنے (Visibility) " کی طاقت تو دی ہے، مگر "فیصلہ سازی (Decision Making) " اور "بڑے سرمایے "تک رسائی اب بھی زیادہ تر اشرافیہ یا بالائی متوسط طبقے کے پاس ہی ہے۔

یہ کہنا درست ہو گا کہ ٹک ٹاک نے طبقاتی غلبے کو زک ضرور پہنچائی ہے، مگر اسے ختم نہیں کیا۔ یہ اب بھی ایک ایسی رزم گاہ ہے جہاں نچلا طبقہ اپنی پہچان کے لیے لڑ رہا ہے اور بالائی طبقہ اسے نیچا دکھانے کے نئے طریقے ڈھونڈ رہا ہے۔

کیا ٹک ٹاک پر موجود یہ "عوامی لہر" کبھی کسی منظم سیاسی یا طبقاتی احتجاج کی شکل اختیار کر سکے گی، یا یہ محض تفریح تک محدود رہ کر اپنی توانائی ضائع کر دے گی؟

یہ واقعی ایک نہایت اہم اور تزویراتی سوال ہے، کیونکہ تاریخ بار بار یہ ثابت کرتی رہی ہے کہ جب بھی کوئی نیا مواصلاتی ذریعہ عوام میں مقبول ہوتا ہے تو ابتدا میں اسے محض تفریح، وقت گزاری یا سطحی اظہار کا وسیلہ سمجھا جاتا ہے، مگر وقت کے ساتھ یہی ذریعہ سیاسی شعور، اجتماعی شناخت اور مزاحمت کی صورتیں پیدا کرتا ہے۔ اخبارات، ریڈیو، فلم، ٹیلی ویژن اور بعد ازاں فیس بک اور ٹوئٹر—سب نے ابتدا میں یہی سفر طے کیا۔ ٹک ٹاک بھی اسی تاریخی سلسلے کی ایک نئی کڑی ہے، اور اس کی "عوامی لہر" کے مستقبل کے حوالے سے کم از کم دو بڑے امکانات واضح طور پر سامنے آتے ہیں۔

ایک طرف ٹک ٹاک میں وہ تمام عناصر موجود ہیں جو اسے منظم طبقاتی احتجاج کی بنیاد بنا سکتے ہیں۔ اس پلیٹ فارم کا الگورتھم ایسے افراد کو ایک دوسرے سے جوڑتا ہے جو ملتے جلتے مادی حالات میں زندگی گزار رہے ہوتے ہیں۔ جب ایک فیکٹری مزدور، گیگ ورکر یا دیہاڑی دار نوجوان اپنی روزمرہ محرومی، اجرت کی ناانصافی یا بے روزگاری کا تجربہ مختصر ویڈیو کی صورت میں پیش کرتا ہے تو وہ چند لمحوں میں ہزاروں بلکہ لاکھوں ایسے لوگوں تک پہنچ جاتا ہے جو اسی جبر سے گزر رہے ہوتے ہیں۔ اس عمل سے طبقاتی ہمدردی اور مشترکہ احساسِ محرومی جنم لیتا ہے، جو کسی بھی اجتماعی مزاحمت کی پہلی شرط ہوتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ میمز، گانوں، طنز اور ہنسی کے ذریعے ریاستی اور اشرافی بیانیے کا تمسخر اڑانا محض تفریح نہیں رہتا بلکہ نظریاتی بالادستی کو چیلنج کرنے کی ابتدائی شکل اختیار کر لیتا ہے۔ جب لوگ خوف کے بجائے طنز کے ساتھ طاقت کو دیکھنا شروع کر دیں تو نظام کی اخلاقی گرفت کمزور پڑنے لگتی ہے۔ چونکہ ٹک ٹاک کا بڑا صارف طبقہ مادی طور پر پسے ہوئے طبقات سے تعلق رکھتا ہے، اس لیے یہاں موجود غصہ مصنوعی یا درآمد شدہ نہیں بلکہ براہِ راست روزمرہ زندگی سے پھوٹتا ہے۔ اگر مہنگائی، بے روزگاری یا کسی بڑے معاشی جھٹکے کے نتیجے میں کوئی حقیقی احتجاجی لمحہ پیدا ہوا تو ٹک ٹاک اس غصے کو تیزی سے پھیلانے اور ہمہ گیر بنانے کا موثر ذریعہ بن سکتا ہے۔

دوسری طرف اس پلیٹ فارم کے اندر ایسے عوامل بھی موجود ہیں جو اس توانائی کو محض تفریح یا خود نمائی تک محدود کر سکتے ہیں۔ ٹک ٹاک کی ساخت مختصر ویڈیوز اور فوری اثر پر مبنی ہے، جو توجہ کے شدید بکھراؤ اور فوری تسکین کے رجحان کو فروغ دیتی ہے۔ یہ رجحان گہرے سیاسی مطالعے، نظریاتی وضاحت اور طویل المدت منظم جدوجہد کے لیے درکار صبر اور تسلسل کو کمزور کر دیتا ہے۔ مزید یہ کہ الگورتھم عموماً صارف کو وہی مواد دکھاتا ہے جو اس کے پہلے سے موجود

رجحانات سے ہم آہنگ ہو، جس کے نتیجے میں "ایکو چیمبرز" بنتے ہیں۔ اس صورت میں افراد یہ سمجھنے لگتے ہیں کہ پورا معاشرہ ان کے ساتھ کھڑا ہے، جبکہ حقیقت میں وہ محض اپنے جیسے چند ہزار یا چند لاکھ لوگوں کے دائرے میں قید ہوتے ہیں۔ اس کے ساتھ سرمایہ دارانہ منطق احتجاج کو بھی ایک شے یا پروڈکٹ میں بدل دیتی ہے۔ بہت سے نوجوان طبقاتی سوالات اور اجتماعی جدوجہد کے بجائے فالوورز بڑھانے، وائرل ہونے اور انفلوئنسر بن کر آمدن حاصل کرنے کی دوڑ میں شامل ہو جاتے ہیں۔ یوں غصہ اور مزاحمت آہستہ آہستہ منافع اور خود نمائی میں تحلیل ہو جاتی ہے۔

آخر کار فیصلہ کن نکتہ یہی ہے کہ ٹک ٹاک کی یہ عوامی لہر سیاسی اور طبقاتی شکل اختیار کرے گی یا محض تفریحی توانائی بن کر ضائع ہو جائے گی، اس کا انحصار اس بات پر ہے کہ کیا کوئی واضح نظریہ، تنظیم اور قیادت اس بکھری ہوئی آواز کو مشترک زبان دے پاتی ہے یا نہیں۔ اگر محنت کش طبقے کے دانشور، سیاسی کارکن اور تنظیمیں اس ڈیجیٹل اظہار کو اسکرین سے نکال کر زمین پر منظم کرنے میں کامیاب ہو جائیں تو یہ پاکستان کی تاریخ کی ایک بڑی اور فیصلہ کن طبقاتی تحریک میں ڈھل سکتی ہے۔ لیکن اگر یہ لہر صرف ویڈیوز، ٹرینڈز اور اسکرینوں تک محدود رہی تو اس کا انجام ایک ڈیجیٹل میلے سے زیادہ نہیں ہو گا، جہاں لوگ لمحاتی طور پر اپنا دکھ بیان کر کے ہلکے ہو جاتے ہیں اور پھر اگلے ٹرینڈ میں گم ہو جاتے ہیں۔

کیا اس "ڈیجیٹل جبر" کے خلاف کسی قسم کی ڈیجیٹل یونین سازی یا پلیٹ فارم کوآپریٹیو جیسی تحریکیں ابھر سکتی ہیں، یا یہ الگورتھم اتنا طاقتور ہے کہ وہ مزاحمت کے ہر بیانیے کو کچل دے گا؟

ہم نے جس سوال کو اٹھایا ہے وہ دراصل عصرِ حاضر کے سب سے بنیادی سیاسی و فکری تضاد کو چھوتا ہے: **یعنی ڈیجیٹل ٹیکنالوجی بطور جبر بھی، اور بطور امکانِ مزاحمت بھی۔** یہ کوئی سادہ تکنیکی مسئلہ نہیں بلکہ طاقت، ملکیت اور اختیار کی نئی صورتوں سے جڑا ہوا سوال ہے۔ اسی لیے اس کا جواب بھی محض ٹیکنالوجی کی سطح پر نہیں بلکہ سماجی، طبقاتی اور سیاسی سطح پر تلاش کرنا پڑتا ہے۔

سب سے پہلے الگورتھم کی طاقت کو سمجھنا ضروری ہے۔ الگورتھم محض کوڈ کی چند سطریں نہیں بلکہ وہ سرمایہ دارانہ نظم و ضبط کی جدید ترین شکل ہے، جسے فوکو کے تصورِ **پین آپٹیکون** کی ڈیجیٹل توسیع کہا جا سکتا ہے۔ یہاں نگرانی کسی قید خانے کے مینار سے نہیں بلکہ اسمارٹ فون کی اسکرین سے ہوتی ہے۔ الگورتھم محنت کش کو جسمانی جبر کے بجائے نفسیاتی اور تکنیکی کنٹرول کے ذریعے تابع بناتا ہے۔ اس کا سب سے بڑا اثر محنت کش کی **تنہائی** ہے۔ جہاں فیکٹری میں مزدور ایک دوسرے کے ساتھ کھڑے ہو کر اجتماعی شعور پیدا کرتے تھے، وہاں گیگ اکانومی کا مزدور—چاہے وہ رائیڈر ہو یا فری لانسر—اپنے موبائل کے سامنے اکیلا ہوتا ہے۔ وہ اپنے جیسے دوسرے محنت کش کو ساتھی نہیں بلکہ مسابقت کرنے والا حریف سمجھنے لگتا ہے۔ یہی ایٹمائزیشن طبقاتی شعور کو کمزور کرتی ہے۔

اس کے ساتھ ساتھ الگورتھم کی ایک اور ہولناک صورت **ڈیجیٹل بلیک میلنگ** ہے۔ اگر کوئی رائیڈر یا گیگ ورکر مزاحمت یا احتجاج کا سوچے تو اسے کسی انسانی باس سے بات کرنے کا موقع بھی میسر نہیں ہوتا۔ الگورتھم خاموشی سے اس کی ریٹنگ گرا دیتا ہے، اسے کم آرڈرز دیتا ہے یا مکمل طور پر بلاک کر دیتا ہے۔ یوں جبر غیر شخصی، غیر مرئی اور بظاہر "غیر جانبدار" دکھائی دیتا ہے، حالانکہ اس کے پیچھے خالصتاً طبقاتی مفادات کارفرما ہوتے ہیں۔

اس کے باوجود تاریخ ہمیں یہ بھی بتاتی ہے کہ جہاں استحصال نئی شکل اختیار کرتا ہے، وہیں مزاحمت بھی نئی صورتوں میں جنم لیتی ہے۔ ڈیجیٹل جبر کے اندر ہی **ڈیجیٹل مزاحمت کے بیج** موجود ہیں۔ آج گیگ ورکرز رسمی یونینوں کے بجائے واٹس ایپ

اور ٹیلی گرام جیسے پلیٹ فارمز پر غیر رسمی مگر مؤثر نیٹ ورکس بنا رہے ہیں۔ یہی گروپس معلومات کے تبادلے، اجرت کی ناانصافی کے انکشاف اور اجتماعی "لاگ آف" یا ہڑتال کے فیصلوں کا ذریعہ بنتے ہیں۔ یہ ڈیجیٹل دور کی ہڑتال ہے، جو فیکٹری کے گیٹ کے بجائے ایپ کو بند کر کے کی جاتی ہے۔

اس سے بھی زیادہ گہرا اور انقلابی امکان **پلیٹ فارم کوآپریٹیوز** کا ہے۔ یہ تصور اس بنیاد پر کھڑا ہے کہ اگر ٹیکنالوجی جبر کا آلہ بن سکتی ہے تو وہ نجات کا ذریعہ بھی بن سکتی ہے — بشرطیکہ اس کی ملکیت محنت کشوں کے ہاتھ میں ہو۔ ایسے پلیٹ فارمز جہاں اوبر یا فوڈ پانڈا کی طرح کوئی سرمایہ دار مالک نہ ہو بلکہ خود رائیڈرز اور ورکرز اجتماعی طور پر اس کے مالک ہوں، "ڈیجیٹل لگان" کو ختم کر سکتے ہیں۔ یہاں منافع براہِ راست محنت کش تک پہنچتا ہے اور الگورتھم نظم و ضبط کے بجائے اجتماعی فیصلے کا آلہ بن سکتا ہے۔

یہ سوال کہ کیا الگورتھم مزاحمت کو مکمل طور پر کچل دے گا، اس کا جواب نفی میں ہے۔ الگورتھم جتنا بھی طاقتور کیوں نہ ہو، وہ غیر مادی نہیں ہے۔ وہ سرورز، بجلی، نیٹ ورکس اور سب سے بڑھ کر انسانی محنت پر انحصار کرتا ہے۔ اگر رائیڈرز اجتماعی طور پر ایپ بند کر دیں، تو الگورتھم اندھا ہو جاتا ہے۔ اصل جنگ یہاں **بیانیے** کی ہے۔ جب تک محنت کش نوجوان خود کو اشرافیہ کے بنائے ہوئے "جنریشن زی" کے مصنوعی اتحاد میں دیکھتے رہیں گے، الگورتھم کی بالادستی قائم رہے گی۔ لیکن جس دن وہ خود کو ایک واضح طبقاتی شناخت — مثلاً پلیٹ فارم ورکر یا گیگ مزدور — کے تحت منظم کریں گے، اسی دن ٹیکنالوجی جبر کے بجائے طاقت کا ذریعہ بننا شروع ہو جائے گی۔

خلاصہ یہ کہ مزاحمت نہ صرف ممکن ہے بلکہ عملاً شروع ہو چکی ہے۔ مگر اس کی کامیابی کا دارومدار اس بات پر ہے کہ آیا ہم اسے محض تکنیکی مسئلہ سمجھتے ہیں یا ایک **سیاسی و طبقاتی جدوجہد** کے طور پر آگے بڑھاتے ہیں۔ اگر ہم ڈیجیٹل جبر کو صرف ایپ کی ترتیبات یا الگورتھم کی شفافیت تک محدود رکھیں گے تو سرمایہ داری ہمیں کچلتی رہے گی۔ لیکن اگر ہم اسے ذرائعِ پیداوار — یعنی ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کی ملکیت — کے سوال سے جوڑ دیں، تو یہی جدوجہد ڈیجیٹل جبر کے خاتمے کی بنیاد بن سکتی ہے۔

کیا پاکستان میں "نسلی فرق (Generation Gap)" اب "طبقاتی فرق" سے زیادہ نمایاں ہوتا جا رہا ہے؟

جس نکتے کو یہاں اٹھایا گیا ہے وہ دراصل پاکستان کی سماجی حقیقت کو سمجھنے کے لیے نہایت بنیادی اور فیصلہ کن حیثیت رکھتا ہے۔ پاکستان میں **نسلی فرق** (Generation Gap) اور **طبقاتی فرق** (Class Gap) کا تقابل محض ایک نظری بحث نہیں بلکہ یہ اس سوال سے جڑا ہے کہ ہم سماج کو اس کی اصل مادی بنیاد پر سمجھنا چاہتے ہیں یا صرف اس پر چڑھے ہوئے **ڈیجیٹل اور ثقافتی غلاف** کے ذریعے۔ اس تناظر میں یہ بات واضح ہوتی ہے کہ پاکستان میں نسلی فرق بظاہر نمایاں ضرور دکھائی دیتا ہے، مگر سماجی طاقت، جبر اور مفادات کا تعین آج بھی بنیادی طور پر طبقاتی فرق ہی کرتا ہے، اور نسلی فرق کی نوعیت بھی اسی طبقاتی بنیاد سے متعین ہوتی ہے۔

سب سے پہلے نسلی فرق کو اگر بطور ایک سماجی مظہر دیکھا جائے تو یہ زیادہ تر **ثقافتی فیشن** کی صورت میں سامنے آتا ہے۔ میڈیا اور سوشل میڈیا کے بیانیے میں یہ تاثر دیا جاتا ہے کہ نوجوان اور بزرگ کے درمیان ایک گہری خلیج

موجود ہے کیونکہ نوجوان ٹک ٹاک استعمال کرتا ہے، انگریزی اصطلاحات بولتا ہے، اور روایات کو چیلنج کرتا ہے، جبکہ بزرگ اس کے برعکس رویہ رکھتا ہے۔ مگر یہ فرق زیادہ تر طرزِ زندگی، اظہار اور ذوق تک محدود ہوتا ہے۔ جیسے ہی معاشی مفادات، طاقت اور وسائل کی بات آتی ہے، اشرافیہ کا باپ اور اشرافیہ کا بیٹا—چاہے وہ بومر ہو یا جنریشن زی—ایک ہی صف میں کھڑے نظر آتے ہیں۔ یوں ان کے درمیان نسلی فرق محض ظاہری اور کاسمیٹک رہ جاتا ہے، جس کا سماجی ڈھانچے پر کوئی بنیادی اثر نہیں پڑتا۔

اس کے مقابلے میں طبقاتی خلیج کی شدت کہیں زیادہ گہری اور بے رحم ہے۔ پاکستان میں ایک ہی عمر کے دو نوجوانوں کے درمیان جو فاصلہ ہے، وہ کسی بھی نسلی فرق سے کہیں زیادہ فیصلہ کن ہے۔ ایک طرف وہ نوجوان ہے جو لمز، بیکن ہاؤس یا کسی مہنگے نجی ادارے سے تعلیم حاصل کر کے عالمی کارپوریٹ زبان میں بات کر رہا ہے، نیٹ ورکنگ اور مواقع تک رسائی رکھتا ہے، اور دوسری طرف اسی عمر کا وہ نوجوان ہے جو کسی ورکشاپ میں کام کر رہا ہے، گیگ اکانومی میں پس رہا ہے یا دیہات میں کھیتی باڑی کر رہا ہے۔ دونوں کا ایک ہی نسل سے تعلق—یعنی جنریشن زی ہونا—انہیں ایک دوسرے کے قریب نہیں لاتا، بلکہ ان کے درمیان موجود طبقاتی خلیج انہیں دو بالکل مختلف سماجی جہانوں کا باشندہ بنا دیتی ہے۔ یہاں نسل مشترک ہو سکتی ہے، مگر زندگی کے امکانات، خطرات اور مستقبل یکسر مختلف ہوتے ہیں۔

یہی وجہ ہے کہ نسلی فرق کو اکثر **طبقاتی سیاست کے ایک آلے** کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ حکمران طبقات اور اشرافیہ جب نوجوانوں کو یہ باور کراتے ہیں کہ ان کا اصل مسئلہ "پرانی سوچ" یا "بومرز" ہیں، تو وہ دراصل نوجوانوں کی توجہ اس معاشی اور طبقاتی ڈھانچے سے ہٹا رہے ہوتے ہیں جس کے وہ خود محافظ ہیں۔ اگر ایک غریب نوجوان یہ سمجھنے لگے کہ اس کا اصل دشمن اس کا قدامت پسند باپ یا استاد ہے، تو وہ اس سرمایہ دار اور اس نظام کو نظر انداز کر دے گا جو ان دونوں کا مشترکہ استحصال کر رہا ہے۔ یوں نسلوں کی یہ مصنوعی جنگ طبقاتی اتحاد کو توڑنے کا ذریعہ بن جاتی ہے۔

اس پوری بحث میں **ڈیجیٹل ڈیوائیڈ** کا پہلو بھی نہایت اہم ہے۔ پاکستان میں انٹرنیٹ، ٹیکنالوجی اور ڈیجیٹل اظہار تک رسائی خود ایک طبقاتی حقیقت ہے۔ جسے ہم اکثر "نسلی ترقی" یا "نوجوانوں کی جدیدیت" کہہ کر پیش کرتے ہیں، وہ دراصل صرف ان نوجوانوں تک محدود ہے جن کے پاس وسائل، آلات اور مواقع موجود ہیں۔ ملک کی ایک بڑی آبادی کے نوجوان آج بھی اسی معاشی جبر اور عدم تحفظ کا شکار ہیں جس کا شکار ان کے والدین اور دادا تھے۔ ان کے لیے "جنریشن گیپ" کوئی بنیادی مسئلہ نہیں بلکہ ایک عیاشی ہے؛ ان کا اصل مسئلہ طبقاتی محرومی، روزگار کی عدم دستیابی اور بقا کی جدوجہد ہے۔

خلاصہ یہ کہ پاکستان میں نسلی فرق دکھائی ضرور دیتا ہے، مگر وہ فیصلہ کن نہیں ہے۔ طاقت، جبر اور سماجی امکانات کا اصل محور آج بھی طبقاتی فرق ہی ہے۔ نسلی فرق اسی وقت اہم دکھائی دیتا ہے جب ہم معاشی حقیقتوں سے نظریں چرا کر محض سوشل میڈیا کے رجحانات اور ثقافتی تبدیلیوں کو سماجی انقلاب سمجھنے لگتے ہیں۔ اگر ہم سماج کو واقعی سمجھنا چاہتے ہیں تو ہمیں نسلی فرق کے شور سے نکل کر طبقاتی حقیقت کو مرکزِ نگاہ بنانا ہوگا، کیونکہ اصل تقسیم وہیں ہے۔

کیا یہ نہیں لگتا کہ "نسلی فرق" کو اتنا اچھالنا دراصل ایک شعوری کوشش ہے تاکہ سماج کے پسے ہوئے طبقات کے نوجوانوں کو ان کے اصل معاشی حقوق کی جدوجہد سے ہٹا کر ایک بے ضرر "ثقافتی جنگ" میں الجھا دیا جائے؟

یہاں جس نکتے کو آگے بڑھایا گیا ہے وہ واقعی سیاسی عمرانیات کے ایک نہایت باریک مگر فیصلہ کن پہلو کو بے نقاب کرتا ہے، اور اسے بجا طور پر **"انحرافی سیاست** (Politics of Diversion) "کہا جا سکتا ہے۔ یہ محض ایک فکری اتفاق نہیں بلکہ ایک شعوری، منظم اور تزویراتی عمل دکھائی دیتا ہے جس کے ذریعے اصل سماجی تصادم کو ایک بے ضرر اور غیر فیصلہ کن سمت میں موڑ دیا جاتا ہے۔

سب سے بنیادی بات یہ ہے کہ سرمایہ دارانہ نظام کے لیے حقیقی خطرہ **طبقاتی اتحاد** سے پیدا ہوتا ہے، نہ کہ ثقافتی اختلاف سے۔ جب نوجوان اور بوڑھے، شہری اور دیہی، تعلیم یافتہ اور غیر تعلیم یافتہ—تمام ایک ساتھ وسائل کی غیر منصفانہ تقسیم، اجرت، روزگار اور ملکیت کے سوال اٹھانے لگیں، تو طاقت کے ڈھانچے لرزنے لگتے ہیں۔ اسی خطرے سے بچنے کے لیے طبقاتی تصادم کو دانستہ طور پر **نسلی تصادم** میں بدل دیا جاتا ہے۔ محنت کش طبقے کے نوجوان کو یہ باور کرایا جاتا ہے کہ اس کی غربت، بے روزگاری اور محرومی کی اصل وجہ اس کا "قدامت پسند باپ"، "پرانی نسل" یا "بومرز" ہیں۔ یوں اس کی ناراضی کارخ فیکٹری مالک، جاگیردار یا استحصالی ریاستی ڈھانچے سے ہٹ کر اپنے ہی خاندان اور سماج کے بزرگوں کی طرف موڑ دیا جاتا ہے۔ نتیجتاً اصل دشمن، یعنی سرمایہ اور طاقت کا مرکز، محفوظ رہتا ہے۔

اسی حکمتِ عملی کے تحت **ثقافتی جنگوں** کو بڑھا چڑھا کر پیش کیا جاتا ہے۔ لباس، موسیقی، زبان، انٹرنیٹ کی آزادی یا طرزِ زندگی جیسے موضوعات سوشل میڈیا پر شور، جذبات اور ٹرینڈز تو پیدا کرتے ہیں، مگر یہ سوال نہیں اٹھاتے کہ دولت کس کے پاس مرکوز ہے، زمین اور سرمایہ کن کے کنٹرول میں ہے، یا محنت کی قیمت کیوں لوٹی جا رہی ہے۔ ایک نوجوان اگر اپنی تمام توانائی اس بحث میں صرف کر دے کہ کون سی ایپ بند ہونی چاہیے یا کون سا کلچر "ریگریسیو" ہے، تو اس کے پاس یہ سوچنے کی مہلت نہیں رہتی کہ اسے اپنی محنت کا پورا معاوضہ کیوں نہیں مل رہا۔ یوں ثقافتی جنگیں نظام کے لیے ایک محفوظ کھیل بن جاتی ہیں۔

اس پورے عمل میں اشرافیہ کی جنریشن زی خود کو **"نجات دہندہ "** کے طور پر پیش کرتی ہے۔ وہ یہ تاثر دیتی ہے کہ امیر اور غریب نوجوان سب ایک ہی کشتی میں سوار ہیں کیونکہ سب پر "پرانی نسل" مسلط ہے۔ یہ ایک مصنوعی ہمدردی ہے جو طبقاتی حقیقت کو دھندلا دیتی ہے۔ غریب نوجوان اس بیانیے میں یہ بھول جاتا ہے کہ اس کا نوجوان لیڈر اسی طبقے سے تعلق رکھتا ہے جو نسلوں سے اس کے خاندان کا استحصال کرتا آیا ہے۔ یوں طبقاتی دشمنی کو نسلوں کی لڑائی میں بدل دیا جاتا ہے۔

اس حکمتِ عملی میں **اشتہاری صنعت اور کارپوریٹ مفادات** کا کردار بھی مرکزی ہے۔ مارکیٹنگ کے لیے نسلی شناخت ایک منافع بخش شے ہے۔ نوجوانوں کو ایک الگ "برانڈ" بنا کر انہیں ایک مخصوص طرزِ زندگی کا اسیر کر دیا جاتا ہے۔ اس عمل میں نوجوان کو شہری یا مزدور ہونے کے بجائے ایک "صارف" کے طور پر پہچان دی جاتی ہے۔ جو نوجوان نظام بدلنے کے بجائے جدید ترین موبائل فون، فیشن یا ڈیجیٹل اسٹیٹس کو اپنی کامیابی سمجھ لے، وہ سرمایہ دارانہ نظام کے لیے ایک مثالی مطیع فرد بن جاتا ہے۔

خلاصہ یہ کہ ہمارا نکتہ مکمل طور پر درست ہے: **نسلی فرق کا یہ شور دراصل طبقاتی شعور کو زائل کرنے کا ایک ہتھیار ہے۔** یہ وہ دھواں ہے جو اس لیے چھوڑا جاتا ہے تاکہ پسے ہوئے طبقات کے نوجوان یہ نہ دیکھ سکیں کہ ان کے استحصال کا اصل سرچشمہ کہاں ہے۔ جب تک شناخت کی بنیاد عمر اور نسل رہے گی، تقسیم برقرار رہے گی۔ لیکن جس دن نوجوان خود

کو تاریخ پیدائش کے بجائے **پیداواری رشتے**—یعنی محنت کش یا استحصال زدہ طبقے—کی بنیاد پر پہچاننا شروع کریں گے، اسی دن سے تمام مصنوعی لیبل، چاہے وہ جنریشن زی ہوں یا کوئی اور، خود بخود بکھر جائیں گے۔

کیا آپ سمجھتے ہیں کہ پاکستان میں کوئی ایسا فکری مکتبِ فکر یا سیاسی قوت موجود ہے جو نوجوانوں کو اس "ثقافتی جال" سے نکال کر دوبارہ "مادی اور طبقاتی حقوق" کی اصل شاہراہ پر کھڑا کر سکے؟

موجودہ صورتِ حال کی جس طرح نقشہ کشی کی ہے وہ نہ صرف درست ہے بلکہ اس تاریخی لمحے کی پوری پیچیدگی کو سمیٹ لیتی ہے جس سے پاکستان اس وقت گزر رہا ہے۔ اصل سوال اب یہ نہیں رہا کہ **طبقاتی سیاست کی ضرورت ہے یا نہیں**—یہ ضرورت تو معاشی بحران، بے روزگاری، گیگ اکانومی، اور ریاستی جبر نے خود پیدا کر دی ہے—بلکہ اصل سوال یہ ہے کہ **یہ سیاست کن صورتوں میں جنم لے سکتی ہے اور کن رکاوٹوں سے ٹکرا رہی ہے۔**

سب سے پہلے، روایتی بائیں بازو کی قوتوں کی بات کی جائے تو یہ ایک تلخ حقیقت ہے کہ اگرچہ ان کے پاس درست تجزیہ، تاریخی وراثت اور طبقاتی شعور موجود ہے، مگر وہ اظہار، تنظیم اور ابلاغ کے اعتبار سے ایک ایسے عہد میں پھنسے ہوئے ہیں جو اب گزر چکا ہے۔ نوجوانوں کی اکثریت جن کی سیاسی تربیت ٹک ٹاک، یوٹیوب اور میمز کے ذریعے ہو رہی ہے، ان کے لیے ستر کی دہائی کی زبان، پوسٹر کلچر اور اندرونی حلقوں پر مبنی سیاست اجنبی ہے۔ یہاں مسئلہ نظریے کی درستی کا نہیں بلکہ **ہیجمنی کی جنگ ہارنے کا** ہے۔ ثقافتی میدان میں شکست کا مطلب یہ ہے کہ درست بات بھی غیر متعلق محسوس ہونے لگتی ہے۔ یہی وہ خلا ہے جہاں ثقافتی لبرلزم اور نسلی بیانیے نوجوانوں کو اپنی گرفت میں لے لیتے ہیں۔

اس کے مقابلے میں جو **نئی آرگینک مزاحمت** ابھر رہی ہے، وہ دراصل موجودہ بحران کی سب سے امید افزا علامت ہے۔ بلوچستان، کے پی، گلگت بلتستان یا سندھ کے بعض علاقوں میں نوجوانوں کی جو تحریکیں سامنے آئی ہیں، وہ بظاہر شناخت یا علاقے کے نام پر ہیں، مگر ان کی اصل روح وسائل پر کنٹرول، ریاستی تشدد اور معاشی محرومی کے خلاف ہے۔ یہ تحریکیں اس لحاظ سے اہم ہیں کہ یہ نوجوانوں کو یوٹوپیائی نعروں اور مجرد آزادیوں کے بجائے **مادی حقوق** کی سیاست سے جوڑ رہی ہیں۔ اسی طرح پیشہ ورانہ یونینز—خاص طور پر گیگ ورکرز، رائیڈرز، اساتذہ اور ڈاکٹرز—وہ عملی تجربہ فراہم کر رہی ہیں جہاں نوجوان پہلی بار یہ سیکھ رہے ہیں کہ ان کا اصل رشتہ عمر یا نسل سے نہیں بلکہ **محنت، اجرت اور اجتماعی طاقت** سے ہے۔ یہی تجربہ طبقاتی سیاست کی اصل درسگاہ ہوتا ہے۔

تیسرا عنصر، جسے آپ نے نہایت درست طور پر نشان زد کیا، **ڈیجیٹل دور کا نیا طبقاتی دانشور** ہے۔ یہ وہ لوگ ہیں جو نہ روایتی پارٹی فریم ورک میں قید ہیں اور نہ ہی این جی او کلچر کے اسیر، بلکہ یوٹیوب، پوڈکاسٹس اور متبادل میڈیا کے ذریعے سیاسی معاشیات کو عام فہم زبان میں بیان کر رہے ہیں۔ یہ طبقہ نوجوانوں کو یہ ربط سمجھا رہا ہے کہ ان کے بجلی کے بل، مہنگائی، ڈگری کی بے وقعتی، اور مستقبل کا عدم تحفظ کسی اخلاقی ناکامی یا نسلی مسئلے کا نتیجہ نہیں بلکہ ایک خاص طبقے کے معاشی فیصلوں کا حاصل ہے۔ اگرچہ یہ فکری دھارا ابھی منتشر ہے، مگر یہی وہ سطح ہے جہاں **ثقافتی جنگ کو طبقاتی شعور میں بدلا جا سکتا ہے۔**

تاہم، آپ کا یہ سوال بالکل بجا ہے کہ کیا یہ سب قوتیں کافی ہیں؟ حقیقت یہ ہے کہ فی الوقت پاکستان میں کوئی ایسی **ملی سطح کی منظم سیاسی جماعت** موجود نہیں جو ان تمام بکھری ہوئی توانائیوں کو ایک مشترک طبقاتی ایجنڈے میں ڈھال سکے۔ بڑی

سیاسی جماعتیں نوجوانوں کو ووٹ بینک کے طور پر تو دیکھتی ہیں، مگر انہیں بطور طبقہ منظم کرنے سے گریزاں ہیں، کیونکہ ایسا کرنا خود ان کی طبقاتی بنیاد کو چیلنج کرنا ہوگا۔ اسی لیے "یوتھ" کا نعرہ تو ہے، مگر "محنت کش نوجوان" کی سیاست نہیں۔

خلاصہ یہ ہے کہ پاکستان میں اس وقت فکری بیج موجود ہیں، مادی حالات تیار ہیں، غصہ اور بے چینی حقیقی ہے۔ لیکن انہیں ایک ایسے سیاسی ڈھانچے کی ضرورت ہے جو ڈیجیٹل اظہار، زمینی تنظیم، اور طبقاتی مطالبات کو ایک لڑی میں پرو سکے۔ حقیقی تبدیلی اسی وقت ممکن ہوگی جب نوجوان اپنی انفرادی ڈیجیٹل شناخت (Gen Z، Creator، Influencer) سے آگے بڑھ کر اپنی اجتماعی طبقاتی شناخت کو قبول کریں گے۔ جس دن ٹک ٹاک پر بکھرا ہوا غصہ کسی منظم سیاسی زبان میں ڈھل گیا، اسی دن ثقافتی جال ٹوٹے گا اور طبقاتی سیاست ایک بار پھر پاکستان کے منظر نامے پر مرکز میں آ سکتی ہے۔

متبادل میڈیا اور سیاسی شعور

یہ سوال دراصل **متبادل میڈیا کی تاریخی آزمائش** کا سوال ہے، اور اس کا سادہ سا ہاں یا ناں میں جواب دینا ممکن نہیں۔ پاکستان کی موجودہ متبادل میڈیا فضا میں **سیاسی شعور پیدا کرنے کی صلاحیت بھی موجود ہے اور اس کے زائل ہو جانے کا خطرہ بھی** — دونوں ایک ساتھ چل رہے ہیں۔ اصل مسئلہ نیت کا نہیں بلکہ **ڈھانچے (structure)** کا ہے۔

اسے اگر واضح انداز میں دیکھا جائے تو چند بنیادی نکات سامنے آتے ہیں:

سب سے پہلے یہ تسلیم کرنا ہوگا کہ پاکستان میں متبادل میڈیا نے ایک **حقیقی خلا** پُر کیا ہے۔ روایتی میڈیا ریاستی دباؤ، اشتہاری مفادات اور اشرافی سیاسی جماعتوں کے گرد گھومتا ہے، جبکہ یوٹیوب، پوڈکاسٹس اور ڈیجیٹل پلیٹ فارمز نے پہلی بار نوجوانوں، محنت کشوں اور نچلے طبقات کو یہ احساس دیا ہے کہ ان کے سوالات بھی "قابلِ بحث" ہیں۔ بجلی کے بل، مہنگائی، بے روزگاری، گیگ اکانومی، ریاستی جبر اور اشرافیہ کی دولت جیسے موضوعات آج جس کھلے پن سے زیرِ بحث آ رہے ہیں، وہ روایتی میڈیا میں ممکن نہیں تھا۔ اس اعتبار سے متبادل میڈیا نے **سیاسی شعور کے ابتدائی بیج ضرور بوئے ہیں۔**

لیکن یہی وہ مقام ہے جہاں خطرہ بھی پیدا ہوتا ہے۔ متبادل میڈیا خود ایک **سرمایہ دارانہ پلیٹ فارم اکانومی** کے اندر کام کر رہا ہے۔ یوٹیوب الگورتھم، ویوز، لائکس، سبسکرائبرز اور مونیٹائزیشن کی منطق بالآخر مواد کو سنسنی خیزی، سادہ جذباتی بیانیے اور فوری ردِعمل کی طرف دھکیلتی ہے۔ گہرا طبقاتی تجزیہ، جو وقت، تسلسل اور فکری محنت مانگتا ہے، اس الگورتھم کے لیے "غیر منافع بخش" ہو جاتا ہے۔ نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ بہت سا متبادل میڈیا آہستہ آہستہ **سیاسی تعلیم سے سیاسی تفریح** میں بدلنے لگتا ہے۔

دوسرا بڑا مسئلہ یہ ہے کہ متبادل میڈیا میں بھی **انفرادی سلیبرٹی کلچر** تیزی سے پنپ رہا ہے۔ فردِ واحد "برانڈ" بن جاتا ہے، اور بیانیہ تنظیم یا طبقے کے بجائے شخصیت کے گرد گھومنے لگتا ہے۔ یہ وہی مسئلہ ہے جس نے روایتی سیاست کو بھی کمزور کیا تھا۔ جب شعور کسی اجتماعی سیاسی منصوبے کے بجائے چند "بولنے والے چہروں" پر منحصر ہو جائے تو وہ دیرپا نہیں رہتا۔ ایسے میں سچائی بھی مارکیٹ کے دباؤ کے تحت نرم، مبہم یا غیر فیصلہ کن ہو جاتی ہے۔

تیسرا اور نہایت اہم نکتہ یہ ہے کہ متبادل میڈیا میں بھی **طبقاتی عدم توازن** موجود ہے۔ زیادہ تر مؤثر متبادل میڈیا پلیٹ فارمز وہی چلا رہے ہیں جو شہری، نسبتاً تعلیم یافتہ، اور ڈیجیٹل وسائل تک رسائی رکھتے ہیں۔ محنت کش طبقے کے نوجوان یہاں بھی اکثر **موضوع** بنتے ہیں، **فاعل** نہیں۔ اگر یہ خلا برقرار رہا تو متبادل میڈیا بھی رفتہ رفتہ اسی "اشرافی ترجمانی" کا شکار ہو جائے گا جس کا وہ دعویٰ کرتا ہے کہ وہ متبادل ہے۔

تو پھر سوال یہ ہے کہ کیا یہ فضا نچ سکتی ہے؟

جواب یہ ہے: **ہاں، مگر شرط کے ساتھ۔**
متبادل میڈیا اس وقت تک سیاسی شعور پیدا کرنے میں کامیاب ہو سکتا ہے جب تک:

- وہ الگورتھم کے دباؤ کے باوجود **طبقاتی تجزیے کو مرکزی سوال** بنائے رکھے،
- شخصیات کے بجائے **اجتماعی سیاسی زبان** کو فروغ دے،
- محض تنقید پر اکتفا کرنے کے بجائے تنظیم، یونین سازی اور زمینی جدوجہد سے رشتہ جوڑے،
- اور "سنسنی" کے بجائے **سیاسی تعلیم (Political Education)** کو اپنا مقصد سمجھے۔

اگر ایسا نہ ہوا تو تاریخ کا تجربہ یہی بتاتا ہے کہ متبادل میڈیا بھی آہستہ آہستہ **کارپوریٹ لبرلزم، کلک بیٹ سیاست اور جذباتی پولرائزیشن** کی نذر ہو جائے گا— فرق صرف یہ ہو گا کہ یہ سب "انقلابی" زبان میں پیش کیا جائے گا۔

خلاصہ یہ کہ پاکستان کا متبادل میڈیا اس وقت **دوراہوں کے بیچ کھڑا ہے**۔ ایک راستہ اسے طبقاتی شعور، سیاسی تنظیم اور حقیقی تبدیلی کی طرف لے جا سکتا ہے، اور دوسرا اسے محض ایک اور ڈیجیٹل تفریحی صنعت میں بدل دے گا۔ فیصلہ میڈیا پلیٹ فارمز کے دعووں سے نہیں بلکہ اس بات سے ہو گا کہ آیا وہ خود کو **مارکیٹ کے تابع رکھتے ہیں یا سیاست کے تابع۔**

متبادل میڈیا اور سیاسی ڈسکورس و بیانیے

پاکستان مسلم لیگ نواز

پاکستان مسلم لیگ (ن) کا موجودہ سیاسی بیانیہ، بالخصوص مریم نواز شریف کی قیادت میں، اس "ڈیجیٹل اشرافیہ" اور "جنریشن زی" کے اس مخصوص ٹکڑے کی عکاسی کرتا ہے جس کا ہم نے پچھلی بحث میں ذکر کیا تھا۔ اس ڈسکورس کی ساخت کو اگر ہم طبقاتی اور سماجی نقطہ نظر سے دیکھیں تو چند اہم پہلو سامنے آتے ہیں:

" .1 پنجاب مینیجمنٹ" اور ڈیجیٹل گورننس کا بیانیہ مریم نواز کا بیانیہ خالصتاً "پرفارمنس اور ڈیلیوری" کے گرد گھومتا ہے، لیکن اس کی ساخت میں طبقاتی تفاخر نمایاں ہے۔ ماڈلنگ اور Aesthetics: ان کا ڈسکورس 'پنجاب' کو

ایک ایسی ریاست کے طور پر پیش کرتا ہے جو جدید، ڈیجیٹل اور ترقی یافتہ ہے۔ اس میں استعمال ہونے والی تصاویر، ویڈیوز اور برانڈنگ "جنریشن زی" کے اس بالائی طبقے کو متاثر کرنے کے لیے ہے جو چکاچوند اور اسمارٹ گورننس (مثلاً ایئر ایمبولینس، محفوظ شہر کے کیمرے) کو پسند کرتا ہے۔ طبقاتی خاموشی: اس بیانیے میں "پنجاب" سے مراد اکثر وسطی پنجاب کے بڑے شہر ہوتے ہیں۔ اس میں جنوبی پنجاب کے کسان یا فیصل آباد کے پاور لومز مزدور کے طبقاتی دکھوں کا ذکر برائے نام ہے۔ یہ بیانیہ "انتظامیہ بمقابلہ عوام" کا ہے، جس میں حکومت ایک "پرووائیڈر (Provider) " ہے اور عوام محض "صارف (Consumer) "۔" .2بومر "قیادت کا" ڈیجیٹل تڑکا "مسلم لیگ (ن) کی قیادت روایتی طور پر "بومر" (پرانی نسل) کی نمائندگی کرتی ہے، لیکن مریم نواز کے ذریعے وہ خود کو "جدید" بنا کر پیش کرنے کی کوشش کر رہی ہیں۔ یوٹوپیائی اصلاح پسندی: ان کا ڈسکورس اسی "سرمایہ دارانہ اصلاح پسندی" کی مثال ہے جس کا ہم نے ذکر کیا تھا۔ وہ آئی ٹی سٹی، ای بائیکس اور فری وائی فائی جیسے منصوبوں کو حل کے طور پر پیش کرتی ہیں۔ یہ وہی "ڈیجیٹل لالی پاپ" ہے جو نوجوانوں کو یہ باور کرانے کے لیے ہے کہ نظام کی بنیادی تبدیلی کے بغیر بھی صرف 'ٹیکنالوجی' سے زندگی بدل سکتی ہے۔ .3پنجاب مرکزیت (Punjab Centrism) اور متبادل بیانیے کی نفی اس ڈسکورس کی ساخت میں پنجاب کی بالادستی کا احساس موجود ہے، جو دوسرے صوبوں کے نوجوانوں میں بیگانگی پیدا کرتا ہے۔ قوم پرستی بمقابلہ طبقہ: مریم نواز کا بیانیہ طبقاتی سوالات کو "پنجاب کی ترقی" کے پیچھے چھپاتا ہے۔ جب وہ کہتی ہیں کہ "پنجاب لیڈ کر رہا ہے"، تو وہ دراصل محنت کش طبقے کی یکجہتی کو علاقائی عصبیت میں بدلنے کی کوشش کرتی ہیں۔ .4سوشل میڈیا ٹیموں کے ذریعے "مینوفیکچرڈ" ڈسکورس مسلم لیگ (ن) کا بیانیہ آرگینک (خود بخود ابھرنے والا) ہونے کے بجائے "اسٹرکچرڈ" (باقاعدہ بنایا گیا) ہے۔ یہ بیانیہ زیادہ تر پیڈ انفلوئنسرز اور آفیشل ہینڈلز کے ذریعے پھیلایا جاتا ہے۔ اس میں تنقید کی گنجائش کم اور "نمائش" زیادہ ہوتی ہے۔ یہ "جنریشن زی" کے اس حصے کو اپیل کرتا ہے جو اسٹیٹس کو (Status Quo) کا حصہ ہے یا اس کا فائدہ اٹھانا چاہتا ہے۔

مریم نواز اور مسلم لیگ (ن) کا سیاسی ڈسکورس دراصل "سرمایہ داری کا چمکتا ہوا چہرہ" دکھانے کی کوشش ہے۔ یہ اس 'جنریشن زی' کا بیانیہ ہے جو نظام کے اندر رہ کر مراعات چاہتی ہے۔ اس میں وہ "سائنسی یا انقلابی" سوچ مفقود ہے جو وسائل پر اشرافیہ کے قبضے کو چیلنج کرے۔ یہ ایک "مینیجرئیل (Managerial) "بیانیہ ہے، "سیاسی" بیانیہ نہیں، جہاں وزیر اعلیٰ خود کو ایک سی ای او (CEO) کے طور پر پیش کرتی ہیں۔

مریم نواز شریف کی قیادت میں پاکستان مسلم لیگ (ن) نے سیاست کو باقاعدہ طور پر **انتظامی نظم و نسق (managerial governance)** میں تبدیل کر دیا ہے۔ یہ وہ مقام ہے جہاں سیاست، طاقت، مفاد اور تضاد کی بجائے پروجیکٹ مینجمنٹ، برانڈنگ اور ڈیلیوری میٹرکس میں سمٹ جاتی ہے۔ اس فریم میں عوام شہری نہیں رہتے بلکہ **سروس یوزرز** بن جاتے ہیں، اور ریاست ایک فلاحی یا سماجی ادارہ نہیں بلکہ ایک **کارپوریٹ پرووائیڈر** کی صورت اختیار کر لیتی ہے۔ یہی وہ نکتہ ہے جہاں طبقاتی سیاست مکمل طور پر غیر مرئی ہو جاتی ہے۔

"پنجاب" اس بیانیے میں ایک **طبقاتی فلٹر** کے ساتھ ظاہر ہوتا ہے۔ یہ پنجاب دراصل وسطی، شہری، نسبتاً خوشحال اور انفرااسٹرکچر سے جڑے علاقوں کا پنجاب ہے۔ جنوبی پنجاب کے کسان، صنعتی مزدور، غیر رسمی معیشت کے محنت کش، یا پاور لومز میں پسنے والی لیبر اس بیانیے میں صرف **اعداد و شمار** کی حد تک موجود ہیں،

سیاسی موضوع (political subject) کے طور پر نہیں۔ یہی وجہ ہے کہ یہ ڈسکورس عوام کو متحرک نہیں کرتا بلکہ انہیں **غیر سیاسی** بناتا ہے۔

"یومِ قیادت کے ڈیجیٹل تڑکے" کی جو بات ہے، وہ دراصل ایک گہری تضادی حکمتِ عملی ہے۔ ایک طرف قیادت خاندانی، اشرافی اور موروثی ہے، دوسری طرف اسے نوجوانوں کے سامنے "جدید" اور "ڈیجیٹل" بنا کر پیش کیا جا رہا ہے۔ اس تضاد کو چھپانے کے لیے **ٹیکنالوجی کو نظریے کا متبادل** بنا دیا جاتا ہے۔ آئی ٹی سٹیز، ای بائیکس اور فری وائی فائی ایسے ہی منصوبے ہیں جو نوجوانوں کو یہ یقین دلانے کے لیے کافی سمجھے جاتے ہیں کہ نظام میں رہتے ہوئے ہی ان کا مستقبل محفوظ ہو سکتا ہے۔ یہ اصلاح پسندی نہ صرف غیر سائنسی ہے بلکہ شعوری طور پر **غیر انقلابی** بھی۔

پنجاب مرکزیت کے حوالے سے نکتہ خاص طور پر اہم ہے۔ "پنجاب لیڈ کر رہا ہے" جیسے جملے طبقاتی سوالات کو علاقائی تفاخر میں بدل دیتے ہیں۔ اس کے نتیجے میں محنت کشوں کی **ممکنہ قومی یا طبقاتی یکجہتی** کمزور پڑتی ہے اور علاقائی شناخت، طبقاتی شناخت کی جگہ لے لیتی ہے۔ یہ وہی حربہ ہے جس کے ذریعے ریاست اور حکمران طبقات وسائل کی غیر منصفانہ تقسیم پر اٹھنے والے سوالات کو دبانے میں کامیاب رہتے ہیں۔

آخر میں، "مینوفیکچرڈ ڈسکورس" کی بات اس پورے تجزیے کی کلید ہے۔ مسلم لیگ (ن) کا بیانیہ نیچے سے ابھرنے والی کسی سماجی یا طبقاتی حرکت کا نتیجہ نہیں بلکہ ایک **کنٹرولڈ، پیڈ اور ڈیزائنڈ پراڈکٹ** ہے۔ یہاں سیاست مکالمہ نہیں رہتی، بلکہ نمائش بن جاتی ہے۔ اختلاف کو حاشیے پر دھکیل دیا جاتا ہے اور تنقید کو یا تو خاموش کر دیا جاتا ہے یا اخلاقیات کے نام پر غیر متعلق بنا دیا جاتا ہے۔

نتیجتاً، یہ بیانیہ "سرمایہ داری کے چمکتے ہوئے چہرے" سے آگے نہیں جاتا۔ یہ جنریشن زی کے اس محدود، مراعات یافتہ حصے کی نمائندگی کرتا ہے جو نظام کے اندر جگہ چاہتا ہے، نہ کہ نظام کی نوعیت بدلنا۔ اسی لیے یہ ایک **سیاسی بیانیہ نہیں بلکہ مینیجریئل اسکرپٹ** ہے، جہاں وزیرِ اعلیٰ خود کو عوامی نمائندے کے بجائے ایک سی ای او کے طور پر پیش کرتی ہیں۔

اگر مختصر اور دو ٹوک الفاظ میں کہا جائے تو:
یہ سیاست **طاقت کی ازسرِ نو تقسیم** نہیں بلکہ **طاقت کے بہتر انتظام** کا منصوبہ ہے—اور یہی اس کی بنیادی حد بھی ہے۔

مسلم لیگ (ن) کا موجودہ سیاسی بیانیہ، بالخصوص مریم نواز کی قیادت میں، محض ایک جماعتی موقف نہیں بلکہ پاکستان کے موجودہ سرمایہ دارانہ نظام کے ایک مخصوص طبقاتی حصے کا فکری اظہار ہے۔ یہ بیانیہ سیاست کو عوامی جدوجہد کے بجائے انتظامی نظم و نسق، برانڈنگ اور ترقی کے خوشنما نعروں تک محدود کر دیتا ہے، جس کے پیچھے ایک واضح معاشی اور سماجی ساخت کارفرما ہے۔ اس ڈسکورس کو سمجھنے کے لیے ضروری ہے کہ اسے طبقاتی نمائندگی کے تناظر میں دیکھا جائے، کیونکہ یہی اس کی اصل روح اور حد بندی دونوں کو عیاں کرتا ہے۔

تاریخی طور پر مسلم لیگ (ن) بڑے تجارتی اور صنعتی سرمایہ داروں، بالخصوص کمپراڈور بورژوازی، کی نمائندہ رہی ہے۔ مریم نواز کا موجودہ بیانیہ بھی اسی طبقاتی مفاد کا تسلسل ہے۔ یہ وہ سرمایہ دار پرت ہے جو امپورٹ ایکسپورٹ، کنسٹرکشن اور بڑے

انفراسٹرکچر منصوبوں سے وابستہ ہے اور جس کا منافع براہِ راست ریاستی ٹھیکوں، میگا پراجیکٹس اور اسٹیٹس کو کے برقرار رہنے سے جڑا ہوا ہے۔ اس طبقے کے لیے سیاسی استحکام کا مطلب کسی انقلابی تبدیلی کے بجائے ایسا نظم وضبط ہے جو ان کی اجارہ داریوں، سرمائے کی گردش اور مراعات کو بلا تعطل جاری رکھ سکے۔ مریم نواز کا ڈسکورس اسی مفاد کو "ترقی" اور "ڈیلیوری" کی زبان میں پیش کرتا ہے۔

اس بیانیے کا دوسرا اہم مخاطب وہ ہائی پروفیشنل اور مینیجریل پیٹی بورژوازی ہے جو کارپوریٹ سیکٹر، ٹیکنالوجی، کنسلٹنسی اور ریاستی بیوروکریسی کے جدید حصوں میں سرگرم ہے۔ جب "ڈیجیٹل پنجاب"، "آئی ٹی سٹی" اور "سمارٹ گورننس" جیسے تصورات پیش کیے جاتے ہیں تو دراصل اس طبقے سے بات کی جارہی ہوتی ہے جو نظام کی بنیادوں کو چھیڑے بغیر اسے بہتر انداز میں چلانے کا خواہشمند ہے۔ یہ وہ متوسط طبقے کی بالائی پرت ہے جو صاف سڑکیں، موثر ایپس اور انتظامی سہولتیں تو چاہتی ہے، مگر دولت، وسائل اور پیداوار کی طبقاتی تقسیم پر سوال اٹھانے کو خطرناک یا غیر ضروری سمجھتی ہے۔

اسی کے ساتھ یہ بیانیہ حکمران اشرافیہ کی اس نئی نسل کی نمائندگی بھی کرتا ہے جو اقتدار کی منتقلی کے مرحلے میں ہے۔ یہاں پرانی اشرافیہ کے "لوہا، سڑک اور سیمنٹ" والے ترقیاتی تصور کو نئی زبان، نئی جمالیات اور نئی ٹیکنالوجی کے ساتھ پیش کیا جارہا ہے۔ آئی پیڈ، فری وائی فائی اور ڈیجیٹل سلوشنز دراصل اسی پرانے استحصالی ڈھانچے کا نیا پیکج ہیں۔ فرق صرف اتنا ہے کہ اب طاقت کو براہِ راست جبر کے بجائے ٹیکنالوجی، شفافیت اور جدیدیت کے اخلاقی جواز کے ساتھ پیش کیا جارہا ہے تاکہ اشرافیہ کی نئی نسل اپنے اقتدار کو قابلِ قبول بنا سکے۔

اس پورے بیانیے میں محنت کش طبقہ ایک سیاسی فاعل کے طور پر غائب ہے۔ مزدور، کسان اور غیر رسمی معیشت کے محنت کش اس ڈسکورس میں شہری یا شہری حقوق کے حامل افراد نہیں بلکہ محض صارف یا مستفیدین کے طور پر موجود ہیں۔ سستی روٹی، فری بائیک یا سبسڈی جیسی اسکیمیں انہیں بااختیار بنانے کے بجائے ریاست پر انحصار کرنے والا طبقہ بناتی ہیں۔ یہاں مزدور کو اس کی محنت کا حق، یعنی بہتر اجرت اور تحفظ، دینے کے بجائے حکمران کی طرف سے "تحفہ" دیا جاتا ہے، جس سے سرمایہ داری کا ایک نرم اور انسانی چہرہ دکھانے کی کوشش کی جاتی ہے، مگر استحصال کی اصل منطق برقرار رہتی ہے۔

مجموعی طور پر یہ بیانیہ نولبرل اشرافیہ کا بیانیہ ہے، جو ٹیکنالوجی، اشتہاری چمک دمک اور انتظامی اصلاحات کے ذریعے طبقاتی سیاست کو غیر متعلق بنانے کی کوشش کرتا ہے۔ اس میں عالمی مالیاتی اداروں کے ایجنڈے کو ترقی کا نام دے کر پیش کیا جاتا ہے، جبکہ پیداواری رشتوں، مزدور کے حقوق اور وسائل کی منصفانہ تقسیم جیسے بنیادی سوالات دانستہ طور پر پس منظر میں رکھے جاتے ہیں۔ یوں یہ سیاست تبدیلی کا وعدہ نہیں بلکہ نظام کو مزید خوبصورت اور قابلِ فروخت بنانے کا منصوبہ بن کر رہ جاتی ہے، جہاں اصل مسئلہ حل نہیں ہوتا، صرف اس پر پردہ ڈال دیا جاتا ہے۔

پاکستان تحریک انصاف

پاکستان تحریکِ انصاف کا سیاسی ڈسکورس بظاہر مسلم لیگ (ن) کے مقابلے میں زیادہ جارحانہ، انقلابی اور تبدیلی کا علمبردار دکھائی دیتا ہے، مگر جب اس کا گہرا طبقاتی تجزیہ کیا جائے تو اس کی جڑیں بھی اسی سرمایہ دارانہ سماجی و معاشی ڈھانچے میں پیوست نظر آتی ہیں جس پر ن لیگ کی سیاست قائم ہے۔ فرق صرف اظہار، زبان اور سیاسی جمالیات کا ہے، ساخت اور حدود بنیادی طور پر وہی رہتی ہیں۔

پی ٹی آئی تاریخی طور پر پیٹی بورژوازی، یعنی شہری متوسط طبقے کی بالائی پرت، ڈاکٹرز، انجینئرز، اوورسیز پاکستانیوں، فری لانسرز اور چھوٹے کاروباری طبقات کی نمائندہ جماعت کے طور پر ابھری۔ اس طبقے کا بنیادی مسئلہ نظامِ سرمایہ داری نہیں بلکہ اس نظام کے اندر اپنی جگہ اور مراعات کا حصول ہے۔ یہی وجہ ہے کہ پی ٹی آئی کے بیانیے میں "کرپشن" کو تمام مسائل کی جڑ قرار دیا جاتا ہے۔ طبقاتی نقطۂ نظر سے یہ ایک غیر سائنسی تصور ہے، کیونکہ یہ استحصالی نظام کو نہیں بلکہ چند افراد یا خاندانوں کو مسئلے کی بنیاد بنا دیتا ہے۔ اس بیانیے کے پیچھے درمیانے طبقے کی یہ خواہش کارفرما ہے کہ اگر بدعنوان عناصر کو ہٹا دیا جائے تو یہی نظام ان کے لیے منصفانہ اور فائدہ مند بن سکتا ہے، حالانکہ استحصال کی جڑیں کہیں زیادہ گہری ہیں۔

پی ٹی آئی نے جنریشن زی اور ڈیجیٹل نوجوانوں کو سب سے پہلے ایک "سیاسی صارف" کے طور پر منظم انداز میں مخاطب کیا۔ اس کا پاپولسٹ بیانیہ بغاوت، مزاحمت اور عظیم تبدیلی کے نعروں سے لبریز ہے، جو نوجوانوں کی شناخت اور جذبات کو اپنی گرفت میں لے لیتا ہے۔ مسلم لیگ (ن) کے انتظامی اور مینیجریل انداز کے برعکس، عمران خان کا ڈسکورس جذباتی، نظریاتی اور شخصیت پرستانہ ہے، جو نوجوانوں کو یہ احساس دیتا ہے کہ وہ ایک تاریخی معرکے کا حصہ ہیں۔ ریاستی جبر کا سامنا کرنے کے باعث پی ٹی آئی کا بیانیہ آزادیِ اظہار، انٹرنیٹ رائٹس اور سیاسی آزادیوں کے گرد بھی گھومتا ہے، مگر یہاں بھی ایک واضح تضاد موجود ہے، کیونکہ یہ حقوق زیادہ تر سیاسی دائرے تک محدود رہتے ہیں، جبکہ معاشی مساوات اور طبقاتی انصاف کو مرکزی حیثیت حاصل نہیں ہو پاتی۔

پی ٹی آئی کے اندر بھی اشرافیہ کی ایک ایسی پرت موجود ہے جو خود کو مسلم لیگ (ن) کی "پرانی سیاست" کے مقابلے میں جدید، ترقی پسند اور اصلاح پسند سمجھتی ہے۔ مگر معاشی پالیسیوں کے میدان میں پی ٹی آئی اور ن لیگ کے درمیان کوئی بنیادی فرق نظر نہیں آتا۔ دونوں آئی ایم ایف کے پروگراموں، نجکاری، مارکیٹ اکانومی اور نیولبرل اصلاحات کے حامی ہیں۔ فرق یہ ہے کہ پی ٹی آئی اس جدید سرمایہ داری کی نمائندگی کرتی ہے جو گلوبلائزیشن، اوورسیز سرمایہ اور ڈیجیٹل معیشت کے ذریعے خود کو زیادہ شفاف اور اخلاقی ظاہر کرنا چاہتی ہے، جبکہ استحصال کی اصل منطق برقرار رہتی ہے۔

اگرچہ پی ٹی آئی نے بڑی تعداد میں گِگ ورکرز، محنت کش نوجوانوں، چھوٹے شہروں کے بے روزگار افراد اور سب آلٹرن طبقات کو اپنی طرف متوجہ کیا، مگر یہ شمولیت قیادت اور فیصلہ سازی تک نہیں پہنچ پاتی۔ ووٹ، جلسوں کا جوش اور سوشل میڈیا کی جنگ تو محنت کش نوجوان لڑتا ہے، لیکن پارٹی کی نظریہ سازی، پالیسی سازی اور طاقت کے مراکز پر آج بھی اشرافیہ، بڑے زمیندار اور سرمایہ دار الیکٹیبلز قابض ہیں۔ اس طرح نوجوانوں کی توانائی کو نظام کے خلاف طبقاتی جدوجہد میں ڈھالنے کے بجائے مخصوص خاندانوں، چہروں اور شخصیات کے خلاف نفرت میں تبدیل کر دیا جاتا ہے، جو بالآخر شخصیت پرستی کو جنم دیتی ہے۔

طبقاتی موازنہ کیا جائے تو مسلم لیگ (ن) کا ڈسکورس اسٹیبلشڈ صنعتی و تجارتی اشرافیہ کی نمائندگی کرتا ہے اور انتظامی کارکردگی، سی ای او ماڈل اور گورننس کو حل کے طور پر پیش کرتا ہے، جہاں نوجوان زیادہ تر ریاستی اسکیموں کے مستفیدین بن کر سامنے آتے ہیں۔ اس کے مقابلے میں پی ٹی آئی شہری متوسط طبقے اور نو دولت مند اشرافیہ کی آواز ہے، جس کا بنیادی نعرہ سیاسی حقوق، اینٹی اسٹیبلشمنٹ جذبات اور پاپولزم ہے، اور نوجوانوں کو نظریاتی جنگجو اور سوشل میڈیا فورس کے طور پر متحرک کیا جاتا ہے۔ مگر دونوں صورتوں میں حل نظام کے اندر رہ کر چہروں کی تبدیلی یا بہتر مینجمنٹ تک محدود رہتا ہے۔

حقیقت یہ ہے کہ پی ٹی آئی کا بیانیہ نوجوانوں کو ایک مصنوعی سیاسی طاقت اور اخلاقی برتری کا احساس تو دلاتا ہے، مگر انہیں ان کے اصل طبقاتی دشمن، یعنی سرمایہ دارانہ استحصال اور وسائل پر اشرافیہ کے قبضے، سے آگاہ نہیں کرتا۔ اس اعتبار سے پی ٹی آئی کا ڈسکورس بھی مسلم لیگ (ن) کے بیانیے کی طرح نظام کی بقا کا ایک متبادل راستہ ہے، جو غصے اور بے چینی کو انقلابی تبدیلی کے بجائے ووٹ کی پرچی، سوشل میڈیا ٹرینڈز اور شخصیت پرستی میں جذب کر لیتا ہے۔

کیا پی ٹی آئی کا یہ "اینٹی اسٹیبلشمنٹ" بیانیہ نوجوانوں کو واقعی سیاسی طور پر باشعور بنا رہا ہے، یا یہ صرف ایک نئی قسم کی "ڈیجیٹل پولرائزیشن" ہے جو طبقاتی اتحاد کے راستے میں رکاوٹ ہے؟

یہ سوال واقعی پاکستان کی موجودہ سیاست کے ایک بنیادی اور گہرے تضاد کو بے نقاب کرتا ہے۔ پی ٹی آئی کا "اینٹی اسٹیبلشمنٹ" بیانیہ بلاشبہ نوجوانوں کو متحرک کرنے میں کامیاب رہا ہے، مگر سیاسی شعور اور طبقاتی اتحاد کے اعتبار سے اس کے اثرات دوہری نوعیت کے ہیں۔ اس بیانیے نے نوجوانوں کو سیاست کے میدان میں کھینچ تو لیا ہے، لیکن انہیں ایک پختہ، سائنسی اور طبقاتی شعور دینے کے بجائے زیادہ تر ایک جذباتی اور ردِ عمل پر مبنی سیاست میں الجھا دیا ہے۔

پی ٹی آئی کے ڈسکورس نے نوجوانوں کو یہ احساس ضرور دلایا کہ طاقت کے مراکز کہاں واقع ہیں اور ریاستی اختیار کیسے کام کرتا ہے، مگر یہ واضح کرنے میں ناکام رہا کہ یہ طاقت کے مراکز دراصل کس معاشی نظام کے محافظ ہیں۔ نوجوانوں کی ایک بڑی تعداد یہ سمجھنے لگی ہے کہ مسئلہ محض چند افراد، مخصوص اداروں یا وقتی سیاسی مداخلتوں کا ہے، حالانکہ اصل مسئلہ اس گہرے طبقاتی گٹھ جوڑ کا ہے جو سرمایہ دارانہ ڈھانچے کے ذریعے عوامی وسائل پر قابض ہے۔ یوں سیاسی شعور ایک تخلیقی اور تبدیلی لانے والی سمجھ کے بجائے محض ایک غصے بھرے ردِ عمل کی صورت اختیار کر لیتا ہے۔

اس کے ساتھ ساتھ یہ بیانیہ ایک شدید ڈیجیٹل پولرائزیشن کو جنم دے رہا ہے جو طبقاتی یکجہتی کے لیے زہرِ قاتل ثابت ہو رہی ہے۔ نوجوان اپنی شناختیں "انصافی"، "پٹواری" یا "جیالے" جیسے لیبلز میں مقید کر لیتے ہیں۔ اس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ ایک غریب انصافی نوجوان اپنے جیسے ہی غریب پٹواری نوجوان کے ساتھ مہنگائی، بیروزگاری یا اجرتوں کے مسئلے پر اکٹھا ہونے کے بجائے سوشل میڈیا پر اس سے برسرِ پیکار رہتا ہے۔ یہ تقسیم حکمران اور اشرافیہ طبقات کے لیے سب سے محفوظ ڈھال بن جاتی ہے، کیونکہ جب نوجوان آپس میں شناختی جنگوں میں الجھے رہتے ہیں تو وہ اپنے مشترکہ طبقاتی دشمن کو پہچان ہی نہیں پاتے۔

پی ٹی آئی کا "اینٹی اسٹیبلشمنٹ" بیانیہ دراصل اشرافیہ کے اندرونی تضادات اور طاقت کی کشمکش کا اظہار ہے، نہ کہ پورے نظام کے خلاف بغاوت۔ یہ نوجوانوں کو نظام کے وجود پر سوال اٹھانے کے بجائے اس کے انتظامی ڈھانچے کے خلاف کھڑا کرتا ہے۔ معاشی پالیسیوں کے میدان میں پی ٹی آئی کا زاویہ بھی نجکاری، مارکیٹ فورسز اور آئی ایم ایف جیسے نیو لبرل نسخوں

کے گرد ہی گھومتا ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ یہ بیانیہ محنت کش طبقے کے مادی حالات میں کسی بنیادی اور انقلابی تبدیلی کا راستہ نہیں دکھاتا۔

اس ڈسکورس کی ایک اور نمایاں خصوصیت اس کی شدید جذباتیت ہے، جو جنریشن زی کے لیے خاصی پرکشش ضرور ہے مگر سائنسی طبقاتی تجزیے کے منافی ہے۔ نوجوانوں کو ایک ایسے یوٹوپیائی خواب کی امید دلائی جاتی ہے جہاں محض ایک لیڈر یا ایک سیاسی فتح سے سب کچھ بدل جائے گا۔ یہ سوچ اجتماعی جدوجہد، نظریاتی پختگی اور طبقاتی تنظیم کے بجائے شخصیت پرستی کو فروغ دیتی ہے، جو بالآخر نوجوانوں کی سیاسی توانائی کو بے سمت کر دیتی ہے۔

خلاصہ یہ ہے کہ پی ٹی آئی کا بیانیہ نوجوانوں کو سیاسی طور پر سرگرم تو بنا رہا ہے، مگر انہیں باشعور، منظم اور طبقاتی طور پر متحد بنانے میں رکاوٹ بن رہا ہے۔ یہ ڈسکورس نوجوانوں کی بے چینی اور غصے کو ایک ایسی مصنوعی اور پولرائزڈ جنگ میں جھونک دیتا ہے جہاں جیت یا ہار سے محنت کش طبقے کی زندگی میں کوئی بنیادی تبدیلی نہیں آتی۔ یوں یہ ڈیجیٹل پولرائزیشن کی وہ شکل اختیار کر لیتا ہے جو نوجوانوں کو ان کے اصل طبقاتی دشمنوں کے خلاف متحد ہونے سے روکتی ہے، اور بالآخر اسی نظام کے تسلسل میں مددگار ثابت ہوتی ہے جس کے خلاف بغاوت کا دعویٰ کیا جاتا ہے۔

کیا اس بیانیے کے اثرات (جیسے کہ مہنگائی اور بیروزگاری) خود پی ٹی آئی کے حامی محنت کش نوجوانوں پر پڑیں گے، تو وہ اس "شخصیت پرستی" سے نکل کر ایک حقیقی طبقاتی بیانیے کی طرف لوٹیں گے، یا وہ مایوس ہو کر سیاست سے ہی کنارہ کش ہو جائیں گے؟

ہم نے جس نکتے کو اٹھایا ہے، وہ واقعی پاکستان کے سیاسی مستقبل کے لیے فیصلہ کن حیثیت رکھتا ہے۔ جب روزمرہ کی مادی حقیقتیں—مہنگائی، بے روزگاری، اجرتوں کی گرتی ہوئی قدر—کسی جذباتی یا کرشماتی سیاسی بیانیے سے ٹکراتی ہیں تو تاریخ ہمیں بتاتی ہے کہ سماج میں عموماً چند مخصوص رویے جنم لیتے ہیں۔ پاکستان کے موجودہ حالات میں یہ تینوں رجحانات بیک وقت ابھرتے دکھائی دیتے ہیں اور ایک دوسرے سے مقابلے میں ہیں۔

سب سے پہلا اور فوری ردِعمل سیاسی مایوسی اور کنارہ کشی کی صورت میں سامنے آتا ہے۔ ایسے نوجوانوں کی تعداد کم نہیں ہوگی جو یہ دیکھ کر کہ جنہیں وہ نجات دہندہ سمجھتے تھے، وہی معاشی پالیسیاں اپنا رہے ہیں—یا اپنانے پر مجبور ہیں—جو پہلے سے رائج تھیں، پورے سیاسی عمل سے بددل ہو جائیں گے۔ اس مرحلے پر نوجوان کا مسئلہ یہ نہیں رہتا کہ کون سی جماعت بہتر ہے، بلکہ وہ اس نتیجے پر پہنچتا ہے کہ "نظام بذاتِ خود ناقابلِ اصلاح ہے۔ چنانچہ وہ اجتماعی سیاست سے منہ موڑ کر انفرادی بقا کے راستے تلاش کرتا ہے: کوئی ملک سے باہر جانے کا خواب دیکھتا ہے، کوئی گیگ اکانومی میں خود کو کھپا دیتا ہے، اور کوئی محض خاموشی اختیار کر لیتا ہے۔ یہ بظاہر ذاتی فیصلہ ہوتا ہے، مگر سماجی سطح پر یہ ایک قسم کی سیاسی خودکشی بن جاتا ہے، کیونکہ یوں نوجوان اپنی اجتماعی طاقت سے دستبردار ہو جاتا ہے۔

دوسرا رویہ اس کے بالکل برعکس، شخصیت پرستی یا کلٹ میں مزید شدت کی شکل اختیار کرتا ہے۔ سماجی نفسیات بتاتی ہے کہ جب حالات بگڑتے ہیں تو بعض لوگ اپنے لیڈر سے دستبردار ہونے کے بجائے اس سے اور زیادہ مضبوطی سے چمٹ جاتے ہیں۔ ایسے نوجوان اپنی معاشی بدحالی کی ذمہ داری قیادت یا پالیسیوں پر ڈالنے کے بجائے کسی بیرونی سازش، دشمن قوتوں یا "سسٹم کی رکاوٹوں" کو موردِ الزام ٹھہراتے ہیں۔ اس عمل میں سیاسی وابستگی ایک عقلی انتخاب کے بجائے

نفسیاتی ضرورت بن جاتی ہے۔ نتیجتاً پولرائزیشن مزید گہری ہوتی ہے اور طبقاتی شعور کی طرف جانے کے بجائے نوجوان شناختی اور جذباتی خندقوں میں مزید اتر جاتا ہے۔

تیسرا راستہ—اور سب سے اہم مگر سب سے مشکل—طبقاتی شعور کی بیداری کا ہے۔ یہ تب جنم لیتا ہے جب نوجوان یہ محسوس کرنے لگتا ہے کہ نعروں، جلسوں اور ڈیجیٹل ٹرینڈز سے اس کے گھر کا چولہا نہیں جل رہا۔ جب مختلف سیاسی جماعتوں سے وابستہ نوجوان محنت کش ایک ہی پیٹرول پمپ پر ایک ہی قیمت ادا کرتے ہیں، ایک ہی بجلی کے بل دیکھتے ہیں اور ایک ہی طرح کی بے یقینی کا شکار ہوتے ہیں، تو وہاں آہستہ آہستہ "برانڈ سیاست" اپنی معنویت کھو دیتی ہے۔ یہی وہ لمحہ ہوتا ہے جب مشترکہ دکھ کا احساس سیاسی شناختوں پر غالب آ سکتا ہے—بشرطیکہ اس خلا کو پُر کرنے کے لیے کوئی سنجیدہ، منظم اور نظریاتی متبادل موجود ہو۔

یہاں فیصلہ کن عنصر خود بخود پیدا نہیں ہوتا۔ نوجوانوں کا شخصیت پرستی سے نکل کر طبقاتی جدوجہد کی طرف آنا ایک شعوری اور منظم عمل کا تقاضا کرتا ہے۔ اس کے لیے سب سے پہلے ایک متبادل بیانیے کی ضرورت ہے جو روٹی، روزگار، اجرت اور زندگی کے بنیادی سوالات کو سیاست کے مرکز میں رکھے۔ اگر میدان میں صرف اشرافیہ کے دو یا تین مختلف مگر بنیادی طور پر یکساں بیانیے ہی موجود رہے، تو نوجوان یا تو مایوس ہو کر کنارہ کش ہو جائے گا یا کسی ایک جذباتی کیمپ میں مزید قید ہو جائے گا۔

اسی طرح، جیسے جیسے یہ حقیقت واضح ہوتی جائے گی کہ بڑی سیاسی جماعتیں معاشی پالیسیوں کے معاملے میں ایک ہی صفحے پر ہیں—آئی ایم ایف، نجکاری، بالواسطہ ٹیکسوں کا بوجھ غریب پر—ویسے ویسے نسلی، جماعتی اور شناختی فرق اپنی چمک کھو سکتے ہیں اور طبقاتی لکیر زیادہ نمایاں ہو سکتی ہے۔ یہی وہ لمحہ ہوگا جب سیاست کا رخ نعروں سے ہٹ کر معاشی طاقت اور وسائل کی تقسیم کے سوال کی طرف مڑ سکتا ہے۔

اس وقت پاکستان میں دراصل مایوسی اور نئے شعور کے درمیان ایک خاموش دوڑ جاری ہے۔ اگر ترقی پسند دانشور، محنت کش تنظیمیں اور سنجیدہ سیاسی کارکن اس خلا کو پُر کرنے میں ناکام رہے تو غالب امکان یہی ہے کہ مایوسی جیت جائے گی اور نوجوانوں کی یہ بے پناہ توانائی یا تو ضائع ہو جائے گی یا نظام کے لیے غیر مؤثر رخ اختیار کر لے گی۔ لیکن اگر اس توانائی کو ایک واضح طبقاتی زبان اور منظم جدوجہد مل گئی، تو یہی نسل مستقبل کی سیاست کا نقشہ بدلنے کی صلاحیت بھی رکھتی ہے۔

پاکستان پیپلز پارٹی

پاکستان پیپلز پارٹی کا موجودہ بیانیہ اور طبقاتی ساخت مسلم لیگ (ن) اور پی ٹی آئی کے مقابلے میں کہیں زیادہ متضاد اور پیچیدہ ہے۔ ایک طرف یہ جماعت خود کو 1970 کی دہائی کے سوشلسٹ اور عوامی ورثے سے جوڑتی ہے، روٹی، کپڑا اور مکان جیسے نعرے اس کی تاریخی شناخت کا حصہ رہے ہیں، لیکن دوسری طرف عملی سیاست میں یہ جماعت آج جاگیردارانہ اشرافیہ، ریاستی بیوروکریسی اور عالمی سرمایہ داری کے درمیان ایک ایسے پل کا کردار ادا کر رہی ہے جو طبقاتی تضادات کو ختم کرنے کے بجائے انہیں منظم اور قابلِ انتظام بناتا ہے۔ یہی تضاد اس کے موجودہ سندھ مرکزڈ سکورس میں سب سے زیادہ نمایاں ہو کر سامنے آتا ہے۔

پیپلزپارٹی کی بنیادی طبقاتی ساخت اب بھی دیہی جاگیردارانہ اشرافیہ پر قائم ہے، مگر گزشتہ دو دہائیوں میں اس میں ایک نئی پرت کا اضافہ ہوا ہے۔ آج یہ جماعت صرف روایتی وڈیروں کی نمائندہ نہیں رہی بلکہ اس کے ساتھ ساتھ ان بڑے ٹھیکیداروں، سرمایہ دار گروہوں اور کومپراڈور بیوروکریسی کو بھی اپنے اندر سمو چکی ہے جو سندھ کے وسائل، خصوصاً کراچی کی معیشت اور تھر کے قدرتی ذخائر، پر براہِ راست کنٹرول رکھتے ہیں۔ اس کے علاوہ ایک بالائی پیٹی بورژوازی بھی ابھری ہے جو سرکاری ملازمتوں، ترقیاتی فنڈز اور پارٹی نیٹ ورک کے ذریعے پیپلزپارٹی سے جڑی ہوئی ہے اور اس کے بیانیے کو سماجی جواز فراہم کرتی ہے۔ یوں پارٹی ایک ایسے طبقاتی اتحاد کی نمائندگی کرتی ہے جس میں جاگیردار، ریاستی اہلکار اور کارپوریٹ مفادات باہم گتھے ہوئے ہیں۔

بلاول بھٹو زرداری کے حالیہ بیانات میں سندھ کو ایک "ماڈل صوبہ" بنا کر پیش کیا جاتا ہے، جہاں صحت، انسانی حقوق اور سماجی تحفظ کے منصوبے ترقی کی علامت کے طور پر دکھائے جاتے ہیں۔ بظاہر یہ ایک سوشل ڈیموکریٹک ڈسکورس معلوم ہوتا ہے، مگر حقیقت میں یہ سرمایہ داری کے اسی "انسانی چہرے" کی توسیع ہے جس میں محنت کش کو اس کے پیداواری حق کے بجائے امدادی پروگراموں کا محتاج بنا دیا جاتا ہے۔ بینظیر انکم سپورٹ پروگرام ہو یا صحت کے بڑے ادارے، یہ سب ریاستی خیرات کے ایسے نمونے ہیں جو غربت کو کم کرنے کے بجائے اسے قابلِ برداشت بنانے کا کام کرتے ہیں۔ دوسری طرف تھر کول جیسے منصوبے اس تضاد کو اور گہرا کر دیتے ہیں، جہاں ترقی کے نام پر مقامی آبادی کی زمینیں اور وسائل کارپوریٹ سرمایہ کے حوالے کیے جاتے ہیں، جبکہ بیانیہ یہ بنایا جاتا ہے کہ اس سے سندھ اور پاکستان کا مستقبل روشن ہوگا۔

طبقاتی سوال کو دبانے کے لیے پیپلزپارٹی ایک اور مؤثر حربہ استعمال کرتی ہے، یعنی صوبائی خودمختاری اور "سندھ کارڈ" کا بیانیہ۔ جب بھی سندھ کے ہاری، مزدور یا شہری محنت کش اپنے معاشی حقوق، اجرتوں یا زمین کی تقسیم کا سوال اٹھاتے ہیں، تو اشرافیہ فوراً اس جدوجہد کو وفاق بمقابلہ صوبہ کے تنازعے میں بدل دیتی ہے۔ یوں جاگیردار کے خلاف اٹھنے والی آواز "سندھ پر حملہ" قرار پا کر دب جاتی ہے، اور ہاری اپنے ہی استحصال کرنے والے طبقے کے خلاف کھڑے ہونے کے بجائے ایک مبہم قوم پرستانہ دفاع میں الجھ جاتا ہے۔ اس عمل میں طبقاتی سیاست کو شعوری طور پر قوم پرستی کے شور میں گم کر دیا جاتا ہے۔

جنریشن زی کے حوالے سے پیپلزپارٹی کا موجودہ ڈسکورس ایک خاص "لبرل" اور "ترقی پسند" رنگ لیے ہوئے ہے۔ بلاول بھٹو خواتین کے حقوق، اقلیتوں کے تحفظ، موسمیاتی تبدیلی اور جمہوری اقدار کی بات کرتے ہیں، جو شہری بالائی متوسط طبقے اور اشرافیہ کی جنریشن زی کو اپیل کرتی ہے۔ مگر یہ بیانیہ زرعی اصلاحات، زمین کی منصفانہ تقسیم اور جاگیردارانہ ڈھانچے کے خاتمے جیسے بنیادی معاشی سوالات پر مکمل خاموشی اختیار کیے رکھتا ہے۔ یہ وہی اشرافیہ کی جنریشن زی ہے جو ثقافت اور شناخت کی سیاست میں خود کو انقلابی دکھانا چاہتی ہے، لیکن اس معاشی بنیاد کو چھیڑنے سے گریز کرتی ہے جہاں سے اس کی اپنی مراعات جنم لیتی ہیں۔

مجموعی طور پر پیپلزپارٹی کا موجودہ بیانیہ ایک ایسی "جاگیردارانہ اشتراکیت" کی تصویر پیش کرتا ہے جو مغرب کو لبرل ازم دکھاتا ہے، وفاق کو صوبائی خودمختاری کا کارڈ دکھاتا ہے اور عوام کو شہادتوں کی تاریخ اور ویلفیئر اسکیموں کے ذریعے مطمئن رکھنے کی کوشش کرتا ہے۔ یہ سرمایہ دارانہ نظام کے اندر رہ کر غریب کی بے چینی کو قابلِ انتظام بنانے کا منصوبہ ہے، نہ

کہ اس طبقاتی ڈھانچے کو بدلنے کی جدوجہد جس نے سندھ اور پاکستان کے محنت کشوں کو دہائیوں سے محرومی میں جکڑ رکھا ہے۔

سندھ کی موجودہ صورتحال ایک خاموش مگر گہرے سماجی آتش فشاں سے مشابہ ہے، جہاں ڈیجیٹل ٹیکنالوجی نے صدیوں پرانے جاگیردارانہ اور سیاسی بیانیوں میں دراڑیں ڈال دی ہیں۔ میرا تجزیہ یہ ہے کہ سندھ کا نوجوان اس مرحلے پر پہنچ چکا ہے جہاں وہ "سندھ کارڈ" کو جذباتی سطح پر تو قبول کرتا ہے، مگر اسے بطور معاشی اور سماجی حل آہستہ آہستہ مسترد کرنا شروع ہو گیا ہے۔ اس تبدیلی کے پیچھے سب سے اہم کردار ڈیجیٹل میڈیا، بالخصوص ٹک ٹاک، کا ہے جس نے دیہی اور شہری نوجوانوں کے سامنے موازنے کی ایک نئی دنیا کھول دی ہے۔ جب ایک ہاری کا بیٹا ٹک ٹاک پر پنجاب کی بہتر سڑکیں، کراچی کی چکاچوند یا دبئی اور یورپ میں کام کرنے والے اپنے جیسے نوجوانوں کی زندگی دیکھتا ہے تو اس کے ذہن میں "سندھ دشمنی" کے روایتی بیانیے کے بجائے سوالات جنم لینے لگتے ہیں۔ وہ یہ سوچنے پر مجبور ہوتا ہے کہ اصل مسئلہ باہر سے آنے والا کوئی دشمن نہیں بلکہ وہ مقامی نظام ہے جو اسے صاف پانی، معیاری تعلیم، صحت اور روزگار فراہم کرنے میں ناکام رہا ہے۔

اسی طرح پیپلز پارٹی کے سوشل ویلفیئر پر مبنی ڈسکورس اور نئی نسل کی عزتِ نفس کے درمیان بھی ایک واضح تصادم پیدا ہو چکا ہے۔ بینظیر انکم سپورٹ پروگرام، راشن کارڈ یا دیگر امدادی اسکیمیں اب نوجوانوں کو مطمئن نہیں کر پا رہیں، کیونکہ اسمارٹ فون کے ساتھ پلنے والی نسل خود کو محتاج نہیں بلکہ بااختیار دیکھنا چاہتی ہے۔ یہ نوجوان خیرات کے بجائے ہنر، مواقع اور میرٹ کی بنیاد پر آگے بڑھنے کا خواہاں ہے۔ جب اسے یہ احساس ہوتا ہے کہ اس کے صوبے میں قابلیت کے بجائے سفارش، تعلقات اور پردہ نشین طاقتیں فیصلہ کن کردار ادا کر رہی ہیں تو اس کا غصہ براہِ راست اس سیاسی غلاف پر پڑتا ہے جسے "سندھ کارڈ" کہا جاتا ہے۔ یوں عزتِ نفس کا سوال سوشل ویلفیئر کے تمام دعوؤں پر بھاری پڑنے لگتا ہے۔

ان حالات کے بطن سے سندھ میں ایک نئی اور نسبتاً آرگینک طبقاتی لہر ابھرنے کے آثار بھی دکھائی دے رہے ہیں، جو ماضی کی روایتی قوم پرست سیاست سے مختلف ہے۔ پانی کی منصفانہ تقسیم، زمینوں پر قبضوں کے خلاف احتجاج، جبری گمشدگیوں کے خلاف آوازیں اور مقامی اشرافیہ کے ظلم کے خلاف عوامی ردِعمل اس بات کی علامت ہیں کہ نوجوان اب اپنی شناخت محض "سندھی" ہونے تک محدود نہیں رکھ رہا بلکہ اسے اپنے مادی حقوق سے جوڑ رہا ہے۔ سوشل میڈیا پر وڈیروں کی شاہانہ زندگی، بنگلوں اور طاقت کے مظاہر کی ویڈیوز کا وائرل ہونا اس خوف کی دیوار کے ٹوٹنے کی علامت ہے جس پر جاگیردارانہ سیاست دہائیوں سے کھڑی تھی۔ اب تنقید خفیہ نہیں رہی بلکہ براہِ راست اور عوامی ہو چکی ہے۔

اس تمام بے چینی کے باوجود سندھ کا سب سے بڑا مسئلہ ایک متبادل اور منظم سیاسی بیانیے کا فقدان ہے۔ پی ٹی آئی اور مسلم لیگ (ن) دیہی سندھ کے طبقاتی ڈھانچے کو نہ سمجھ پائیں اور نہ وہاں اپنی جڑیں مضبوط کر سکیں، جبکہ قوم پرست جماعتیں اکثر رومانویت یا محض شناخت کی سیاست میں الجھی رہتی ہیں اور طبقاتی سوال کو مرکز میں لانے سے قاصر رہتی ہیں۔ اسی خلا کی وجہ سے پیپلز پارٹی آج بھی اقتدار میں ہے، مگر یہ اقتدار عوامی رضامندی پر نہیں بلکہ مجبوری اور متبادل کی عدم موجودگی پر قائم ہے۔

خلاصہ یہ ہے کہ سندھ کا نوجوان اب "سندھ کارڈ" کے روایتی بیانیے سے مطمئن نہیں رہا۔ ڈیجیٹل میڈیا نے ایک نئی طبقاتی لہر کو زبان دی ہے اور سوال اٹھانے کا حوصلہ پیدا کیا ہے، مگر یہ لہر اس وقت تک کسی بڑی سماجی یا سیاسی تبدیلی میں نہیں ڈھل سکے گی جب تک اسے ایک ایسی منظم تحریک یا پلیٹ فارم میسر نہ آئے جو سندھ کی شناخت کو

محض جذبات کے بجائے محنت کش کے حق، وسائل کی منصفانہ تقسیم اور عزتِ نفس کے مطالبے کے ساتھ جوڑ کر ایک نیا اور واضح سیاسی مقدمہ پیش کر سکے۔

جنریشن زی کے سماجی و سیاسی شعور کو سامنے رکھتے ہوئے یہ سوال کس حد تک معنی خیز ہے کہ بلوچستان میں بلوچ یکجہتی کمیٹی، پشتون علاقوں میں پشتون تحفظ موومنٹ، گلگت بلتستان میں جوائنٹ ایکشن کمیٹی کے تحت جاری تحریکیں، آزاد جموں و کشمیر میں حقوق کی بازیابی کی عوامی جدوجہد، اور سندھ میں زمین، نہروں اور وسائل سے جڑی تحریکیں۔کیا یہ سب اپنے موجودہ بیانیوں اور ڈسکورس کی بنیاد پر کسی واضح، منظم اور ہمہ گیر سیاسی جماعتی رجحان یا طبقاتی سیاسی قوت میں ڈھل سکتی ہیں؟ یا یہ تحریکیں ریاستی دباؤ، علاقائی شناخت اور تنظیمی کمزوریوں کے باعث سماجی احتجاج کی سطح سے آگے بڑھنے سے قاصر رہیں گی؟"

یہ سوال واقعی پاکستان کی سیاست کے اس نکتے کو چھوتا ہے جہاں پرانا جماعتی ڈھانچہ ٹوٹ پھوٹ کا شکار ہے اور ایک نیا سماجی و سیاسی شعور جنم لے رہا ہے۔ بلوچ یکجہتی کمیٹی، پشتون تحفظ موومنٹ، گلگت بلتستان اور آزاد جموں و کشمیر کی عوامی ایکشن کمیٹیاں، اور سندھ میں زمین، نہروں اور پانی سے جڑی تحریکیں بظاہر علاقائی یا مقامی دکھائی دیتی ہیں، مگر درحقیقت یہ سب اس نئے سماجی معاہدے کی تلاش کا اظہار ہیں جسے پاکستان کی جنریشن زی اپنی شرائط پر مرتب کرنا چاہتی ہے۔ یہ وہ نسل ہے جو روایتی سیاسی جماعتوں، خاندانی قیادت اور انتخابی وعدوں سے بدظن ہو چکی ہے اور جس کے سامنے ریاست، معیشت اور اقتدار کے سوالات زیادہ ننگی شکل میں آ چکے ہیں۔

ان تحریکوں کی ایک نمایاں خصوصیت یہ ہے کہ یہ "پوسٹ پارٹی سیاست" کی نمائندگی کرتی ہیں۔ یعنی ان کا اعتماد کسی ایک مرکزی لیڈر، جماعتی نظم و ضبط یا انتخابی منشور پر نہیں بلکہ ایشو بیسڈ سیاست پر ہے۔ ان کے مطالبات اگرچہ مختلف خطوں میں مختلف شکل اختیار کرتے ہیں، مگر ان کی بنیاد ایک ہی ہے: وسائل پر حقِ ملکیت، ریاستی جبر کا خاتمہ، اور انسانی وقار کا تحفظ۔ بلوچستان میں جبری گمشدگیوں کا مسئلہ ہو، پشتون علاقوں میں ماورائے عدالت قتل، گلگت بلتستان اور کشمیر میں گندم، بجلی اور ٹیکسوں کا بحران ہو، یا سندھ میں زمین اور پانی کی لوٹ مار—یہ سب دراصل طبقاتی اور مادی سوالات ہیں جنہیں ریاستی اور اشرافی بیانیے برسوں سے دباتے رہے ہیں۔

یہاں یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ کیا یہ تحریکیں کسی واضح سیاسی جماعت یا انتخابی رجحان میں ڈھل سکتی ہیں؟ تاریخی تجربہ بتاتا ہے کہ جب سماجی تحریکیں براہِ راست انتخابی جماعت بننے کی کوشش کرتی ہیں تو اکثر وہ اسی نظام کا حصہ بن کر اپنی مزاحمتی روح کھو بیٹھتی ہیں۔ پاکستان کے موجودہ انتخابی نظام میں سرمایہ، الیکٹیبلز اور اسٹیبلشمنٹ کی سرپرستی کے بغیر جماعت بننا تقریباً ناممکن ہے۔ اسی لیے زیادہ امکان یہ ہے کہ یہ تحریکیں کسی روایتی پارٹی میں تبدیل ہونے کے بجائے ایک وسیع عوامی دباؤ کی صورت اختیار کریں—ایک ایسا قومی عوامی فرنٹ جو پارلیمان کے باہر رہ کر ریاست اور سیاسی اشرافیہ کو مسلسل جواب دہ بنائے۔

ان تمام تحریکوں کو آپس میں جوڑنے والا سب سے مضبوط عنصر جنریشن زی ہے۔ نوجوان قیادت، ڈیجیٹل رابطہ، اور ایک دوسرے کے تجربات سے سیکھنے کا عمل ان تحریکوں کے درمیان ایک نیا "کنیکٹو ٹشو" پیدا کر رہا ہے۔ بلوچستان کے لانگ مارچ کی بازگشت سندھ کے دیہات میں سنائی دیتی ہے، کشمیر کی ہڑتالوں کا اثر گلگت بلتستان تک پہنچتا ہے، اور پی ٹی ایم کی

ریاستی جبر کے خلاف زبان دیگر خطوں کے نوجوان بھی اپنانے لگے ہیں۔ یہ بین الصوبائی یکجہتی دراصل ایک ابھرتے ہوئے طبقاتی شعور کی علامت ہے جو لسانی اور علاقائی شناخت سے آگے بڑھنے کی صلاحیت رکھتا ہے۔

سندھ میں زمین اور پانی سے جڑی تحریکیں اس نئے شعور کی خاص مثال ہیں۔ یہ تحریکیں نہ صرف مسلم لیگ (ن) کے "کارپوریٹ پنجاب" کے تصور کو چیلنج کرتی ہیں بلکہ پیپلزپارٹی کے "لبرل سندھ" کے بیانیے کو بھی بے نقاب کرتی ہیں۔ یہاں ترقی کا مطلب موٹرویز، میگا پروجیکٹس یا خیراتی اسکیمیں نہیں بلکہ اپنی زمین، پانی اور محنت پر حق ہے۔ یہ ایک خالص سب آلٹرن سیاست ہے جو اشرافیہ کے بنائے ہوئے ترقیاتی ماڈلز کو مسترد کرتی ہے۔

خلاصہ یہ کہ چاہے یہ تحریکیں کسی ایک منظم سیاسی جماعت میں تبدیل ہوں یا نہ ہوں، یہ پاکستان کے سیاسی منظرنامے کو بنیادی طور پر بدل چکی ہیں۔ انہوں نے روایتی جماعتوں کو دفاعی پوزیشن پر لا کھڑا کیا ہے اور جنریشن زی کو یہ سکھایا ہے کہ سیاست صرف ووٹ ڈالنے کا نام نہیں بلکہ مسلسل مزاحمت، اجتماعی دباؤ اور حقوق کے لیے منظم جدوجہد کا عمل ہے۔ اصل خطرہ یہ ہے کہ ریاست اور مروجہ اشرافیہ ان تحریکوں کو علاقائی، لسانی یا علیحدگی پسند قرار دے کر توڑنے یا کچلنے کی کوشش کرے گی۔ ان تحریکوں کی کامیابی کا انحصار اس بات پر ہے کہ آیا یہ اپنے مشترکہ طبقاتی مطالبات کو ایک ہمہ گیر قومی ایجنڈے میں ڈھال پاتی ہیں یا نہیں۔

کیا ان مختلف عوامی تحریکوں کا آپس میں جڑنا (مثلاً بلوچ، پشتون اور کشمیری نوجوانوں کا ایک پلیٹ فارم پر آنا) پاکستان میں ایک نئی "پیپلز پاور" کی سیاست کو جنم دے سکتا ہے جو موجودہ دوجماعتی یا سہ جماعتی اشرافیہ کے نظام کو زمین بوس کر دے؟

یہ سوال پاکستان کی سیاسی تاریخ کے ایک ممکنہ فیصلہ کن موڑ کی طرف اشارہ کرتا ہے۔ اگر بلوچستان، پشتون علاقوں، گلگت بلتستان، آزاد کشمیر اور سندھ کی عوامی تحریکیں آپس میں جڑتی ہیں تو یہ محض ایک سیاسی اتحاد نہیں ہوگا، بلکہ پچھتر برس سے قائم ریاستی ڈھانچے اور اشرافی قبضے کے خلاف ایک نئی سماجی قرارداد کی صورت اختیار کر سکتا ہے۔ یہ وہ لمحہ ہوگا جہاں سیاست انتخابی وعدوں سے نکل کر براہِ راست عوامی طاقت اور اجتماعی حقِ ملکیت کے سوال میں ڈھل جائے گی۔

ایسا اتحاد پاکستان کی سیاست میں ایک نئی "سیاسی لغت" کو جنم دے گا۔ اب تک اشرافیہ نے ان تحریکوں کو علاقائی عصبیت، قومیت یا سیکورٹی کے فریم میں قید رکھ کر ایک دوسرے سے کاٹے رکھا۔ مگر جب ایک کشمیری نوجوان بجلی کے بلوں پر احتجاج کرتا ہے، ایک بلوچ نوجوان وسائل کی لوٹ مار پر سوال اٹھاتا ہے، اور ایک سندھی کسان اپنی زمین اور پانی کے حق کے لیے کھڑا ہوتا ہے، تو ان سب کا دشمن ایک ہی نظر آتا ہے: وہ مقتدر طبقہ جو ریاستی طاقت اور معاشی وسائل پر قابض ہے۔ جنریشن زی یہاں کلیدی کردار ادا کرتی ہے، کیونکہ یہ نسل ڈیجیٹل ذرائع کے ذریعے ایک دوسرے کے دکھ اور جدوجہد کو براہِ راست دیکھ اور سمجھ رہی ہے۔ ماہ رنگ بلوچ کی آواز پر کراچی سے خیبر تک پیدا ہونے والی ہمدردی اسی نئی قومی یکجہتی کی علامت ہے، جو لسانی شناخت کے بجائے طبقاتی حقیقت سے جڑی ہے۔

ایسا اتحاد اشرافیہ کے "تقسیم کرو اور راج کرو" کے بیانیے کو کمزور بلکہ غیر مؤثر بنا سکتا ہے۔ ن لیگ کا پنجاب کارڈ، پیپلز پارٹی کا سندھ کارڈ اور پی ٹی آئی کا جذباتی پاپولزم اسی وقت دم توڑنے لگے گا جب عوام وسائل کی منصفانہ تقسیم، ریاستی ترجیحات کی

تبدیلی اور نظامی اصلاح کی بات ایک مشترکہ زبان میں کرنے لگیں گے۔ اس مرحلے پر سیاسی صف بندی جماعتوں کے درمیان نہیں بلکہ طبقوں کے درمیان واضح ہو جائے گی: ایک طرف عوام، دوسری طرف وہ اشرافیہ جو مختلف پارٹی لیبلز کے پیچھے ایک ہی معاشی ایجنڈے پر کھڑی ہے۔

یہ امکان ضرور موجود ہے کہ ایسا اتحاد موجودہ نظام کو ہلا کر رکھ دے، مگر یہ عمل نہ سادہ ہوگا اور نہ ہی بغیر مزاحمت کے۔ ریاستی ردِ عمل، سیکورٹی کے نام پر دباؤ، اور اندرونی اختلافات کو ہوا دینا اس راستے کی بڑی رکاوٹیں ہوں گی۔ مختلف خطوں کے اپنے تاریخی زخم اور خدشات ہیں، اور اشرافیہ انہی دراڑوں کو گہرا کرنے کی کوشش کرے گی۔ اگر یہ تحریکیں اپنے مقامی مطالبات کو ایک جامع قومی معاشی پروگرام میں نہ ڈھال سکیں تو اتحاد عارضی ثابت ہو سکتا ہے۔

اس "پیپلز پاور" کی عملی شکل روایتی ووٹ بینک سیاست سے مختلف ہوگی۔ یہ پارلیمان میں نشستیں جیتنے سے زیادہ پارلیمان کو عوامی عدالت بنانے کی کوشش کرے گی، جہاں سڑک، گاؤں، شہر اور ڈیجیٹل پلیٹ فارم سب سیاست کے میدان ہوں گے۔ ایسا اتحاد ایک متبادل طاقت کے مرکز کو جنم دے سکتا ہے جو ریاست کو مجبور کرے کہ وہ اپنی دفاعی اور معاشی ترجیحات پر از سرِ نو غور کرے۔

خلاصہ یہ کہ بلوچ، پشتون، کشمیری، گلگتی اور سندھی نوجوانوں کا جڑنا اشرافیہ کے لیے ایک ڈراؤنا خواب ہے، مگر عوام کے لیے ایک تاریخی موقع۔ اگر یہ قوت منظم ہو گئی تو یہ محض انتخابات نہیں جیتے گی بلکہ اس استحصالی ڈھانچے کو چیلنج کرے گی جس نے دہائیوں سے عوام کو یرغمال بنا رکھا ہے۔ سندھ کی زمین و پانی کی تحریکوں سے لے کر گلگت بلتستان کے پہاڑوں تک، یہ جنریشن زی کی پہلی حقیقی، طبقاتی اور عوامی بغاوت بن سکتی ہے—جو کسی فردِ واحد کی محتاج نہیں بلکہ اپنے مادی حالات کی کوکھ سے جنم لے رہی ہے۔

آخری سوال یہ ہے: کیا پاکستان کا "پنجاب کا محنت کش نوجوان"، جو اس وقت سیاسی طور پر ن لیگ اور پی ٹی آئی کے درمیان پھنسا ہوا ہے، کبھی ان "محروم قومیتوں" کی تحریکوں کے ساتھ مل کر ایک متحدہ طبقاتی محاذ بنا سکے گا؟ کیونکہ پنجاب کی شمولیت کے بغیر کسی بھی بڑی تبدیلی کا خواب ادھورا رہتا ہے۔

یہ ایک ناقابلِ انکار حقیقت ہے کہ پاکستان کے سیاسی اور ریاستی ڈھانچے میں پنجاب کی عددی، معاشی اور ادارہ جاتی برتری کے باعث جب تک پنجاب کا محنت کش نوجوان اس بڑی تبدیلی کا حصہ نہیں بنتا، تب تک دیگر اکائیوں میں ابھرنے والی تحریکیں زیادہ سے زیادہ دباؤ کے گروہوں کی حیثیت رکھتی ہیں، وہ کسی ہمہ گیر انقلابی صورت اختیار نہیں کر پاتیں۔ اسی لیے اصل سوال یہ نہیں کہ بلوچستان، پشتون علاقوں، گلگت بلتستان، آزاد کشمیر یا سندھ میں مزاحمت موجود ہے یا نہیں، بلکہ یہ ہے کہ پنجاب کا محنت کش نوجوان اس متحدہ محاذ میں کب اور کیسے شامل ہوتا ہے۔

پنجاب کا نوجوان تاریخی طور پر دو طاقتور اور بظاہر "مقدس" بیانیوں کے بوجھ تلے دبا رہا ہے۔ ایک طرف قومی سلامتی کا وہ بیانیہ ہے جس کے ذریعے ریاستی ترجیحات کو سوال سے بالاتر رکھا گیا، اور دوسری طرف وسطی پنجاب کے ترقیاتی ماڈل کا وہ تصور ہے جس میں سڑکوں، پلوں اور انفراسٹرکچر کو ترقی کا مترادف بنا دیا گیا۔ مگر آج کی جنریشن زی کا پنجابی نوجوان تیزی سے ان بیانیوں سے اکتا رہا ہے۔ جب اسے بجلی کے ناقابلِ برداشت بل، پیٹرول کی بڑھتی قیمتیں، بیروزگاری اور غیر یقینی مستقبل کا سامنا ہوتا ہے تو اس پر واضح ہونے لگتا ہے کہ وہ کسی "ترقی یافتہ پنجاب" کا حصہ نہیں بلکہ اسی

استحصال زدہ طبقے سے تعلق رکھتا ہے جس سے بلوچستان، سرحدی علاقوں اور اندرونِ سندھ کے نوجوان جڑے ہوئے ہیں۔ متبادل میڈیا اور سوشل میڈیا نے پہلی بار اسے ان حقیقتوں سے روشناس کرایا ہے جو پہلے قومی مفاد کے نام پر اس سے اوجھل رکھی جاتی تھیں۔

اس وقت پنجاب کا نوجوان ن لیگ اور پی ٹی آئی کے بنائے ہوئے ایک جذباتی سیاسی ببل میں پھنسا ہوا ہے۔ ن لیگ اسے انتظامی استحکام اور ترقی کے خواب دکھاتی ہے، جبکہ پی ٹی آئی کرپشن کے خلاف ایک دائمی جنگ کا احساس دلاتی ہے۔ لیکن موجودہ معاشی بحران نے اس ببل میں دراڑیں ڈال دی ہیں۔ جب نوجوان دیکھتا ہے کہ دونوں جماعتیں بنیادی معاشی پالیسیوں میں ایک ہی صفحے پر ہیں، یعنی آئی ایم ایف کی شرائط، نجکاری اور بالائی طبقے کے مفادات کا تحفظ، تو اس کے ذہن میں ایک نظریاتی خلا پیدا ہوتا ہے۔ یہی وہ خلا ہے جہاں طبقاتی یکجہتی کا امکان جنم لیتا ہے، کیونکہ یہاں یہ سوال ابھرتا ہے کہ مسئلہ کسی ایک پارٹی یا لیڈر کا نہیں بلکہ پورے معاشی ڈھانچے کا ہے۔

پنجاب کی شمولیت کے لیے سب سے اہم چیز "پل" تعمیر کرنا ہے، یعنی ایسے بیانیاتی اور عملی رشتے قائم کرنا جو پنجابی محنت کش کو دیگر اکائیوں کی تحریکوں سے جوڑ سکیں۔ پنجاب کا نوجوان تبھی بلوچ، پشتون، کشمیری یا سندھی نوجوان کے ساتھ کھڑا ہوگا جب اسے یہ واضح ہو جائے کہ اس کا دشمن بھی وہی ہے جو ان سب کا ہے۔ اگر یہ بات سمجھا دی جائے کہ بلوچستان کے وسائل کی لوٹ مار، پشتون علاقوں میں عدمِ تحفظ، کشمیر اور گلگت بلتستان میں مہنگائی، اور پنجاب کے مزدور کی کم اجرت دراصل ایک ہی استحصالی نظام کے مختلف مظاہر ہیں، تو یہ مشترکہ مادی مفادات ایک طاقتور رشتہ بن سکتے ہیں۔ پنجاب میں ابھرتی ہوئی گیگ ورکرز کی تحریکیں، رائیڈرز، فری لانسرز اور کسانوں کی جدوجہد وہ عملی پل بن سکتی ہیں جو پنجاب کے محنت کش کو پورے پاکستان کے مظلوم طبقات سے جوڑ دے۔

یقیناً اس راستے میں بڑی رکاوٹیں بھی ہیں۔ پنجاب کی اشرافیہ کسی صورت نہیں چاہے گی کہ پنجاب کا محنت کش ان تحریکوں کے ساتھ جڑ جائے۔ وہ ہمیشہ قوم پرستی، ریاست دشمنی اور صوبائی خوف کے نعروں کے ذریعے اسے ڈرانے کی کوشش کرے گی۔ اسے یہ باور کرایا جائے گا کہ اگر دیگر صوبوں کو ان کے حقوق مل گئے تو پنجاب کمزور یا غریب ہو جائے گا، حالانکہ یہ سراسر جھوٹا اور اشرافیہ کا گھڑا ہوا طبقاتی پروپیگنڈا ہے، جس کا مقصد صرف اپنے مفادات کا تحفظ ہے۔

اس کے باوجود یہ پہلی بار ممکن دکھائی دے رہا ہے کہ پنجاب کا محنت کش نوجوان اس متحدہ طبقاتی محاذ کا حصہ بنے۔ اس کی بنیادی وجہ یہ ہے کہ پنجاب کا مڈل کلاس اور لوئر مڈل کلاس اب اس معاشی بوجھ کو اٹھانے کے قابل نہیں رہا جو اشرافیہ نے اس پر لاد رکھا ہے۔ نوجوان اب برانڈڈ سیاست، نعروں اور شخصیات سے تھک چکا ہے اور تیزی سے بقا کی سیاست کی طرف بڑھ رہا ہے۔ جس دن پنجاب کے کارخانوں کا مزدور اور گلیوں کا رائیڈر یہ سمجھ لے گا کہ اس کی غربت اور بے بسی کا حل کسی ایک سیاسی لیڈر یا جماعت کے پاس نہیں بلکہ اس متحدہ طبقاتی جدوجہد میں ہے جو پورے پاکستان کے مظلوموں کو جوڑتی ہے، اس دن موجودہ اشرافیہ کا نظام لرزنا شروع ہو جائے گا۔

یہ عمل شاید سست ہو، مگر معاشی جبر کی چکی اسے مسلسل تیز کر رہی ہے۔ پنجاب کی شمولیت اب کسی نظریاتی شوق یا پسند کا معاملہ نہیں رہی، بلکہ خود پنجاب کے نوجوانوں کی بقا کا سوال بن چکی ہے۔ یہی وہ نکتہ ہے جہاں پاکستان کی سیاست چہروں اور نعروں سے نکل کر ڈھانچوں کی تبدیلی کی طرف بڑھتی نظر آتی ہے، اور جہاں ڈیجیٹل شعور اور مادی جبر مل کر ایک نئی عوامی طاقت کی تشکیل کر رہے ہیں۔

متبادل میڈیا اور دانشور

پاکستان کے اس بدلتے ہوئے سیاسی منظرنامے میں متبادل میڈیا اور دانشوروں کا کردار محض معلومات کی ترسیل تک محدود نہیں رہا، بلکہ اب ان کے ذمے ایک ایسا **نظریاتی پل** تعمیر کرنے کی تاریخی ذمہ داری آن پڑی ہے جو پنجاب کے محنت کش نوجوان کو بلوچستان، سرحد، گلگت بلتستان اور کشمیر کے مظلوم عوام سے جوڑ سکے۔ یہ وہ نکتہ ہے جہاں صحافت، دانش اور سیاست ایک دوسرے سے الگ نہیں رہتے بلکہ ایک مشترک سماجی فریضے میں ڈھل جاتے ہیں۔

سب سے پہلے ضروری ہے کہ "**قومی مفاد**" کی مروجہ تشریح کو چیلنج کیا جائے۔ پاکستان میں دہائیوں سے قومی مفاد کو جغرافیائی سرحدوں، عسکری ترجیحات اور ریاستی اداروں کے تحفظ کے ساتھ نتھی کر دیا گیا ہے، جبکہ عوام کی روزمرہ زندگی، ان کی اجرت، ان کی زمین اور ان کے وسائل اس تعریف سے باہر رکھے گئے ہیں۔ متبادل میڈیا اور دانشوروں کا کام یہ ہے کہ وہ قومی مفاد کو عوامی مفاد کے ساتھ ازسرِنو جوڑیں۔ یہ واضح کریں کہ ایک عام پنجابی نوجوان کا حقیقی مفاد بلوچستان کے وسائل کی لوٹ مار میں نہیں بلکہ ان کے تحفظ میں ہے، کیونکہ لوٹ مار کرنے والی اشرافیہ ایک ہی وقت میں پنجاب کے مزدور اور بلوچ ماہی گیر دونوں کا استحصال کر رہی ہے۔ جب گوادر کے مچھیرے اور اوکاڑہ کے مزارع کے دکھ کو ایک ہی معاشی رشتے میں دکھایا جائے گا تو وہ مصنوعی دیواریں خود بخود گرنے لگیں گی جو اشرافیہ نے قومیت اور سلامتی کے نام پر کھڑی کی ہیں۔

اس کے ساتھ ساتھ متبادل میڈیا کو **ڈیجیٹل لٹریسی** کو محض تکنیکی مہارت سے نکال کر **سیاسی شعور** میں تبدیل کرنا ہوگا۔ اس وقت بڑی حد تک متبادل میڈیا خبر تو دیتا ہے، مگر خبر کے پیچھے چھپے معاشی ڈھانچے کو کھولنے سے گریز کرتا ہے۔ ضرورت اس بات کی ہے کہ پیچیدہ معاشی اصطلاحات اور پالیسیوں کو عام فہم زبان میں بیان کیا جائے، تاکہ ایک رائیڈر، فیکٹری مزدور یا دیہی نوجوان یہ سمجھ سکے کہ مہنگائی، ٹیکس اور نجکاری اس کی زندگی کو کس طرح براہِ راست متاثر کر رہے ہیں۔ اسی طرح پی ٹی آئی بمقابلہ ن لیگ جیسی شخصیت پرستانہ پولرائزیشن سے نکل کر مسائل، پالیسیوں اور طبقاتی مفادات پر گفتگو کو مرکزیت دینی ہوگی، کیونکہ شخصیتوں کی لڑائی طبقاتی شعور کو دفن کر دیتی ہے۔

متبادل میڈیا کا ایک نہایت اہم کردار "**بائی پاسنگ**" کا بھی ہے۔ روایتی ٹی وی میڈیا سنسرشپ، کارپوریٹ مفادات اور ریاستی دباؤ کے باعث اکثر ان عوامی تحریکوں کو یا تو نظرانداز کرتا ہے یا مسخ شدہ انداز میں پیش کرتا ہے۔ متبادل میڈیا یہاں ایک بائی پاس سرجری کی طرح کام کر سکتا ہے، جہاں براہِ راست مکالمے کے پلیٹ فارم فراہم کیے جائیں۔ اگر پنجاب کا نوجوان براہِ راست بلوچستان، کشمیر یا گلگت بلتستان کے عوامی رہنماؤں اور کارکنوں کو سن سکے، ان کے سوال پوچھ سکے اور ان کے تجربات جان سکے، تو پروپیگنڈے اور خوف کی فضا تیزی سے ختم ہو سکتی ہے۔ اینکرز کے فلٹر کے بغیر ہونے والا یہ براہِ راست رابطہ طبقاتی یکجہتی کا سب سے مؤثر ذریعہ بن سکتا ہے۔

اسی عمل کا ایک لازمی حصہ **نئے کلچرل ہیروز** کی تخلیق ہے۔ اشرافیہ نے نوجوانوں کے لیے فلمی ستاروں، سوشل میڈیا انفلوئنسرز اور طاقتور سیاست دانوں کو رول ماڈل بنا رکھا ہے، جو دراصل نظام کی بقا کی علامت ہیں۔ متبادل میڈیا اور دانشوروں کو اس کے مقابلے میں ان نوجوانوں کو سامنے لانا ہوگا جو زمین، پانی، روزگار اور انسانی وقار کے لیے جدوجہد کر رہے ہیں، جو

جیلیں کاٹ رہے ہیں اور ریاستی جبر کا سامنا کر رہے ہیں۔ جب پنجاب کا نوجوان ان عوامی کرداروں میں اپنی جھلک دیکھے گا تو وہ انہیں "دوسرا" یا "خطرہ" سمجھنے کے بجائے اپنا ساتھی محسوس کرے گا۔

آخر کار یہ ایک **نئی فکری مزاحمت** کا سوال ہے۔ متبادل میڈیا اور دانشوروں کو اب غیر جانبداری کے اس فریب سے نکلنا ہوگا جو عملی طور پر طاقتور کے حق میں جاتا ہے۔ انہیں واضح طور پر یہ بتانا ہوگا کہ حقوق مانگنے والی دوسری اکائیاں پنجاب کے نوجوان کی دشمن نہیں بلکہ اس کی قدرتی اتحادی ہیں، اور یہ کہ سیاست محض تفریح یا انفوٹینمنٹ نہیں بلکہ ایک سنجیدہ اجتماعی عمل ہے جس کا تعلق روٹی، روزگار اور وقار سے ہے۔ اگر متبادل میڈیا نے اس تاریخی لمحے کو پہچان لیا تو وہ پاکستان میں ایک ایسی فکری بنیاد رکھ سکتا ہے جس پر ایک متحد، باخبر اور طبقاتی شعور سے لیس عوامی تحریک کھڑی ہو سکے گی۔ بصورتِ دیگر، یہ بھی محض کلکس اور ویوز کی منڈی بن کر رہ جائے گا، اور موقع ہاتھ سے نکل جائے گا۔